Signature Not Verified
Digitally signed by VARVARA ZACHARAKI
Date: 2017.10.23 10:56:46 EEST
Reason: Signed PDF (embedded)
Location: Athens, Ethniko Typografio



ΕΦΗΜΕΡΙΔΑ ΤΗΣ ΚΥΒΕΡΝΗΣΕΩΣ

ΤΗΣ ΕΛΛΗΝΙΚΗΣ ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑΣ

19 Οκτωβρίου 2017 | ΤΕΥΧΟΣ ΔΕΥΤΕΡΟ | Αρ. Φύλλου **3671**

ΑΠΟΦΑΣΕΙΣ

Αριθμ. απόφ. 646/2017*

Λήψη απόφασης επί της αυτεπάγγελτης έρευνας της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού στη σχετική αγορά καλλυντικών προϊόντων υψηλής ποιότητας και τιμής, σε συνέχεια καταγγελιών της εταιρίας «NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε» για πιθανή παράβαση των διατάξεων των άρθρων 1 και 2 του ν. 703/1977 (νυν άρθρα 1 και 2 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει) αναφορικά με τον τομέα του χονδρεμπορίου.

Η ΕΠΙΤΡΟΠΗ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ
ΣΕ ΟΛΟΜΕΛΕΙΑ

Συνεδρίασε στην Αίθουσα Συνεδριάσεων του 1ου ορόφου του κτιρίου των γραφείων της, επί της οδού Κότσικα 1Α, Αθήνα, την 28η Νοεμβρίου 2016, ημέρα Δευτέρα και ώρα 10:30, με την εξής σύνθεση:

Πρόεδρος: Δημήτριος Κυριτσάκης.
Μέλη: Δημήτριος Λουκάς (Αντιπρόεδρος),
Βικτωρία Μερτικοπούλου,
Λευκοθέα Ντέκα,
Νικόλαος Ζευγώλης (Εισηγητής),
Παναγιώτης Φώτης,
Δημήτριος Δανηλάτος και
Ιωάννης Αυγερινός.
Γραμματέας: Ευαγγελία Ρουμπή.

* Η παρούσα απόφαση εκδίδεται σε επτά (7) επιπλέον εκδόσεις με τα εξής διακριτικά: 1) Προς Δημοσίευση στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως, 2) Έκδοση για την εταιρία NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, 3) Έκδοση για την εταιρία ΕΣΤΕ ΛΩΝΤΕΡ ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, 4) Έκδοση για την εταιρία ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, 5) Έκδοση για την εταιρία L'OREAL HELLAS Α.Ε., 6) Έκδοση για την εταιρία ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ και 7) Έκδοση για την εταιρία PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ.

Από τις επτά αυτές εκδόσεις έχουν αφαιρεθεί τα απόρρητα επιχειρηματικά στοιχεία (όπου η ένδειξη […]) τα οποία δεν θα πρέπει να περιέλθουν σε γνώση του αντίστοιχου αποδέκτη της έκδοσης, σύμφωνα με το άρθρο 41 του ν. 3959/2011 (ΦΕΚ 93 Α΄/20.4.2011), όπως ισχύει, και τον Κανονισμό Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού (ΦΕΚ 54 Β΄/16.1.2013). Όπου ήταν δυνατό τα στοιχεία που παραλείφθηκαν αντικαταστάθηκαν με ενδεικτικά ποσά και αριθμούς ή με γενικές περιγραφές (εντός […]).

Θέμα της συνεδρίασης: Λήψη απόφασης επί της αυτεπάγγελτης έρευνας της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού στη σχετική αγορά καλλυντικών προϊόντων υψηλής ποιότητας και τιμής, σε συνέχεια καταγγελιών της εταιρίας «NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε» για πιθανή παράβαση των διατάξεων των άρθρων 1 και 2 του ν. 703/1977 (νυν άρθρα 1 και 2 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει) αναφορικά με τον τομέα του χονδρεμπορίου.

Πριν την έναρξη της συνεδρίασης, ο Πρόεδρος της Επιτροπής όρισε Γραμματέα της υπόθεσης την υπάλληλο της Γραμματείας Προέδρου, Αντιπροέδρου και Εισηγητών, Ευαγγελία Ρουμπή με αναπληρώτρια αυτής την Ηλιάνα Κούτρα.

Η υπόθεση συζητείται μετά από αναβολές των αρχικά προγραμματισμένων συνεδριάσεων για την υπόθεση, της 13ης Οκτωβρίου 2016 και της 24ης Οκτωβρίου 2016, κατόπιν αιτημάτων εμπλεκομένων μερών, ενώ στη συνεδρίαση της 4ης.11.2016 (αριθμ. 80) μετά από αίτημα των εταιριών του λιανεμπορίου (υπ' αριθμ. πρωτ. 541/3.11.2016) για χωρισμό της υπόθεσης ως προς τις εταιρίες των ΑΦΩΝ ΧΟΝΤΟΥ, (HONDOS CENTER ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ, ANSWER, ΧΟΝΤΟΣ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑ, ΘΕΡΜΑΪΚΟΣ, MAKALDI, ΑΘΗΝΗ, ΑΦΟΙ Σ. ΧΟΝΤΟΥ και STEP), η Ολομέλεια της Επιτροπής αποφάσισε και κατά παραδοχή της υπ' αριθμ. πρωτ. 3808/1.6.2016 εισήγησης, διαχώρισε την υπόθεση με βάση το άρθρο 21 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής (ΦΕΚ/Β΄/54/16.1.2013), σε ότι αφορά τις αιτιάσεις της ως άνω εισήγησης αναφορικά με τις εταιρίες ΧΟΝΤΟΥ οι οποίες (πλην μιας) ακολούθησαν τη διαδικασία Διευθέτησης και όρισε την αρχή ημέρα (28.11.2016) για συζήτηση της ως άνω υπόθεσης αναφορικά με τον τομέα του χονδρεμπορίου, η οποία συζήτηση συνεχίσθηκε κατά τη συνεδρίαση της Επιτροπής την 6η Δεκεμβρίου 2016, ημέρα Τρίτη και ώρα 10:00, οπότε και ολοκληρώθηκε.

Στη συζήτηση της υπόθεσης των χονδρεμπόρων είχαν νομίμως κλητευθεί και παραστάθηκαν τα ενδιαφερόμενα μέρη ως εξής: α) η εταιρία NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, εφεξής NOTOS, διά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Ξενοφώντος Παπαρρηγόπουλου, Βασιλείου Στεργίου και Αθανασίου Ταλιαδούρου, β) η εταιρία ΕΣΤΕ ΛΩΝΤΕΡ ΕΛΛΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΔΙΑΝΟΜΗΣ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, εφεξής Estee Lauder, με τους νομίμους εκπροσώπους της

Γρηγόρη Σαράντη, Πρόεδρο και Διευθύνοντα Σύμβουλο και Robert Acquilina, μέλος του Διοικητικού Συμβουλίου μετά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Αναστασίας Δρίτσα, Βιολέττας Παναγιωτοπούλου και Ηλία Γεωργιόπουλου, γ) η εταιρία L’OREAL HELLAS Α.Ε. εφεξής L’Oreal διά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Εμμανουήλ Μαστρομανώλη, Στέφανου Χαρακτινιώτη και Αγγελικής Βαρελά, δ) η εταιρία PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, εφεξής Christian Dior διά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Παναγιώτη Μπερνίτσα, Αυγουστίνας Αλμυρούδη, Μαρίνας Ανδρουλακάκη και Αρετής - Τάνιας Πατσαλιά και ε) η εταιρία ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ, εφεξής Σαράντης διά των πληρεξουσίων δικηγόρων της Μιχαήλ - Θεόδωρου Μαρίνου, Ευαγγέλου Λιάσκου, Γεωργίου Μπαμπέτα και Κωνσταντίνου Σταματίου.

Η εταιρία ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΕΙΑ, καίτοι κλητευθείσα νομίμως για την αρχική αλλά και κατά τη μετ’ αναβολή συνεδρίαση (σχετικές οι υπ’ αριθμ. 10386/Β΄/13.07.2016, 10675/Β΄/04.08.2016, 10786/Β΄/12.09.2016 εκθέσεις επίδοσης του δικαστικού επιμελητή του Πρωτοδικείου Αθηνών, Νικολάου Ανδρικόπουλου), δεν κατέθεσε υπόμνημα ούτε και παραστάθηκε κατά την εν αρχή της παρούσας συνεδρίαση.

Τη συνεδρίαση παρακαλούθησαν και τα στελέχη της εταιρίας L’OREAL Αικατερίνη Παππά και Μελανία Καρανδρίκα.

Για τη διερμηνεία από την αγγλική στην ελληνική γλώσσα και αντίστροφα ορίστηκαν ως διερμηνείς οι Θεόδωρος Μπουχέλος και Μαρία Ψαράκη οι οποίοι και ορκίστηκαν.

Στην αρχή της συζήτησης ο Πρόεδρος έδωσε το λόγο στον αρμόδιο Εισηγητή Νικόλαο Ζευγώλη, ο οποίος ανέπτυξε συνοπτικά την υπ’ αριθμ. πρωτ. 3808/01.06.2016 εισήγησή του ως προς το σημείο και μόνο που αφορά το χονδρεμπόριο και τις ανωτέρω εταιρίες, και λαμβάνοντας υπόψη όσα αναφέρονται αναλυτικά σε αυτή, πρότεινε ότι με βάση τα στοιχεία που διαθέτει η Υπηρεσία:

1. Να διαπιστωθούν οι ως άνω περιγραφείσες στο σκεπτικό παραβάσεις των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977, όπως ίσχυε, καθώς και του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ), για τη διάρκεια συμμετοχής εκάστης εταιρίας και για το χρονικό διάστημα από 2001 έως 2006.

2. Να επιβληθεί πρόστιμο στις εταιρίες ESTEE LAUDER HELLAS Α.Ε., ΓΡ.ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ, L’OREAL HELLAS Α.Ε., PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS Α.Ε.Β.Ε., NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε., ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS Α.Ε., αναφορικά με τις ανωτέρω εκτιθέμενες στο σκεπτικό παραβάσεις του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ (νυν 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ), και ειδικότερα της αντιανταγωνιστικής οριζόντιας σύμπραξης μεταξύ τους, υπολογιζόμενο επί των ετησίων ακαθάριστων εσόδων των ανωτέρω επιχειρήσεων στα προϊόντα της σχετικής αγοράς, που λαμβάνει χώρα η παράβαση, για κάθε έτος της παράβασης αθροιστικά (2001-2006).

3. Να υποχρεωθούν να παραλείπουν τις διαπιστωθείσες παραβάσεις στο μέλλον και να απειληθούν οι εταιρίες ESTEE LAUDER HELLAS Α.Ε., ΓΡ.ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ, L’OREAL HELLAS Α.Ε., PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS Α.Ε.Β.Ε., NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε., ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS Α.Ε., με πρόστιμο και χρηματική ποινή, εάν με απόφαση της Επιτροπής βεβαιωθεί η επανάληψη των διαπιστωθεισών παραβάσεων στο μέλλον.

4. Να απορριφθούν οι λοιπές αιτιάσεις της υποβληθείσας καταγγελίας με αριθμ. πρωτ. 1126/24.02.2006, σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο ως άνω σκεπτικό.

Κατόπιν, το λόγο έλαβαν οι πληρεξούσιοι δικηγόροι των εταιριών και οι νόμιμοι εκπρόσωποί τους, οι οποίοι τοποθετήθηκαν επί της προαναφερόμενης εισήγησης, ανέπτυξαν τις απόψεις τους, έδωσαν διευκρινίσεις και απάντησαν σε ερωτήσεις που τους υπέβαλαν ο Πρόεδρος και τα μέλη της Επιτροπής.

Για τη θεμελίωση των ισχυρισμών τους οι πληρεξούσιοι δικηγόροι ζήτησαν την εξέταση μαρτύρων. Η Επιτροπή, αποδεχόμενη τα σχετικά αιτήματά τους, εξέτασε τους μάρτυρες 1) […], 2) […] και 3) […].

Με την ολοκλήρωση της ακροαματικής διαδικασίας και την εξέταση των μαρτύρων οι πληρεξούσιοι δικηγόροι ζήτησαν και ο Πρόεδρος της Επιτροπής χορήγησε προθεσμία πέντε (5) ημερολογιακών ημερών μετά την παραλαβή των πρακτικών από τα ενδιαφερόμενα μέρη, προκειμένου να υποβάλουν τυχόν συμπληρωματικά υπομνήματα.

Η Επιτροπή συνήλθε σε διάσκεψη την 23η Μαρτίου 2017 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 11:00 π.μ.), η οποία συνεχίσθηκε την 27η Μαρτίου 2017 (ημέρα Δευτέρα και ώρα 12:00), και ολοκληρώθηκε την 6η Απριλίου 2017 (ημέρα Πέμπτη και ώρα 11:00) στην ως άνω αίθουσα συνεδριάσεων του 1ου ορόφου των Γραφείων της, με τη συμμετοχή του Εισηγητή Νικολάου Ζευγώλη, ο οποίος δεν έλαβε μέρος στην ψηφοφορία. Ο Αντιπρόεδρος Δημήτριος Λουκάς δεν συμμετείχε σε όλες τις παραπάνω διασκέψεις λόγω δικαιολογημένου κωλύματος.

Η Επιτροπή αφού έλαβε υπόψη τα στοιχεία του φακέλου της κρινόμενης υπόθεσης, την Εισήγηση, τις απόψεις που διατύπωσαν προφορικώς τα ενδιαφερόμενα μέρη κατά τη συζήτηση της υπόθεσης και με τα υπομνήματά τα οποία υπέβαλαν, καθώς και τα όσα κατέθεσαν οι μάρτυρες κατά την ακροαματική διαδικασία,

ΣΚΕΦΘΗΚΕ ΩΣ ΕΞΗΣ

Α. ΕΙΣΑΓΩΓΗ

1) Η αυτεπάγγελτη έρευνα της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού της Επιτροπής Ανταγωνισμού (εφεξής και «ΕΑ») σε επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στη χονδρική και λιανική πώληση καλλυντικών, ξεκίνησε τον Ιούλιο του 2006, με αφορμή δυο καταγγελίες που υπέβαλε η εταιρία NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε. (εφεξής και «NOTOS COM» ή «καταγγέλλουσα») στη ΓΔΑ, η πρώτη εκ των οποίων (αριθμ. πρωτ. 1126/24.02.2006) στρέφεται κατά πέντε εταιριών χονδρικής εμπορίας επώνυμων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, ενώ η δεύτερη

(αριθμ. πρωτ. 4559/19.07.2006), όπως ήδη αναφέρθηκε[1], στρέφεται κατά των εταιριών λιανικής εμπορίας καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής[2], που λειτουργούσαν υπό το διακριτικό σήμα «HONDOS CENTER». Για τους σκοπούς της συγκεκριμένης έρευνας, η ΓΔΑ διενέργησε αιφνιδιαστικούς ελέγχους, έλαβε καταθέσεις και απέστειλε σειρά ερωτηματολογίων[3].

Β. ΟΙ ΚΑΤΑΓΓΕΛΛΟΜΕΝΕΣ ΠΡΑΚΤΙΚΕΣ - Η ΠΡΩΤΗ ΚΑΤΑΓΓΕΛΙΑ ΤΗΣ NOTOS COM (ΓΙΑ ΤΗΝ ΑΓΟΡΑ ΤΗΣ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ)

2) Η πρώτη καταγγελία της NOTOS COM[4] (αριθμ. πρωτ. 1126/24.2.2006) αφορούσε σε παράβαση του άρθρου 1 (και συγκεκριμένα των περιπτώσεων α’, γ’ και δ’) και του άρθρου 2 (και συγκεκριμένα των παρ. α’ και γ’) του ν. 703/1977 (νυν 3959/2011), όπως ισχύει καθώς και του άρθρου 2α του ν. 703/1977, όπως ίσχυε κατά τη χρονική στιγμή της υποβολής της καταγγελίας και στρεφόταν κατά των επιχειρήσεων χονδρικής εμπορίας καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής:

α) ESTEE LAUDER HELLAS A.E. (εφεξής και «ESTEE LAUDER»),

β) Π. Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε. (εφεξής και «ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ»),

γ) L’ OREAL PRODUITS DE LUXE HELLAS A.E. (εφεξής και «L’ OREAL» ή «PLH»),

δ) ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ (εφεξής και «ΣΑΡΑΝΤΗΣ») και

ε) PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS A.E.B.E. (εφεξής και «PCD HELLAS» ή «CHRISTIAN DIOR»).

Σημειώνεται ότι οι εν λόγω εταιρίες θα αναφέρονται εφ’ εξής από κοινού και ως «καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής εμπορίας καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής» ή «καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής».

3) Συνοπτικά, η NOTOS COM κατήγγειλε τις ανωτέρω εταιρίες χονδρικής για τις κάτωθι πρακτικές:

α) αντικείμενη στα χρηστά εμπορικά ήθη συμπεριφορά,

β) εναρμονισμένη πρακτική και συμπεριφορά,

γ) καταχρηστική εκμετάλλευση της δεσπόζουσας κοινής τους θέσης και της σχέσης οικονομικής εξάρτησης στην οποία βρίσκεται η καταγγέλλουσα σε σχέση με τις καταγγελλόμενες,

δ) εφαρμογή σε βάρος της καταγγέλλουσας διακριτικής μεταχείρισης και άνισων σε σχέση με τον ανταγωνισμό όρων για ισοδύναμες παροχές και για διακοπή συμφωνημένων και πάγιων παροχών και

ε) επηρεασμός των τιμών πώλησης.

4) Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, οι ανωτέρω ενέργειες και συμπεριφορές νόθευσαν και επηρέασαν σημαντικά τους κανόνες του υγιούς ανταγωνισμού προκαλώντας βλάβη, τόσο στην ίδια όσο και στο καταναλωτικό κοινό, το οποίο στερήθηκε «…ευκαιρίες αγοράς των καλλυντικών προϊόντων υψηλού κύρους και ποιότητας και επιλεκτικής διανομής».

5) Σύμφωνα με την καταγγελία, η εταιρία NOTOS COM δραστηριοποιείται, τόσο στη λιανική πώληση (μέσω δικτύου καταστημάτων της) όσο και στην εισαγωγή και χονδρική εμπορία καλλυντικών (ως επί το πλείστον μέσω δικτύου επιλεκτικής διανομής). Λόγω της φύσης και ευαισθησίας των καλλυντικών προϊόντων της συγκεκριμένης κατηγορίας και στο πλαίσιο των σχετικών συμβάσεων-συμφωνιών με τις μητρικές εταιρίες (οίκους) του εξωτερικού, ενόψει δε και της σχετικά υψηλής τιμής στην οποία πωλούνται τα προϊόντα αυτά (ως προϊόντα πολυτελείας) «…όλες οι επιχειρήσεις διανομής υποχρεούνται, πέραν των ενεργειών διαφήμισης, να υποστηρίζουν με εξειδικευμένες υπαλλήλους-συνεργάτες την πώληση και διάθεσή των στους καταναλωτές, ιδίως με αισθητικούς συμβούλους που παρέχουν στους καταναλωτές οδηγίες-συμβουλές για (ενδεικτικά) την επιλογή του κατάλληλου για κάθε τύπο δέρματος αρώματος ή καλλυντικού, τη σωστή χρήση του, τα συστατικά του, την τιμή του, κ.λπ. στοιχεία».[5] Κατά την καταγγέλλουσα, η υποστήριξη των εν λόγω προϊόντων από αισθητικούς συμβούλους αποτελούσε (εκτός από συμβατική υποχρέωση των διανομέων/αντιπροσώπων προς τους παραγωγούς οίκους) «πάγια καθιερωμένη υπηρεσία άρρηκτα συνδεδεμένη και συνυφασμένη με την πώληση και διάθεση των καλλυντικών προϊόντων αυτή καθαυτή και κάθε άλλο παρά ήσσονος σημασίας για την καθιέρωση και προώθηση και κυρίως πώληση (ακόμη και παρουσία) κάθε προϊόντος καθόσον εδώ και πολλές δεκαετίες, στην κυριολεξία δεν υπάρχει καταναλωτής που να έχει προμηθευτεί καλλυντικό προϊόν χωρίς να εξυπηρετηθεί από εξειδικευμένη αισθητικό σύμβουλο…».[6] Επιπροσθέτως, αναφέρει ότι η παρουσία αισθητικών συμβούλων αποτελούσε μία από τις αναγκαίες προϋποθέσεις για την ένταξη οποιουδήποτε σημείου λιανικής πώλησης στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής, ενώ σε περίπτωση άρνησης του λιανοπωλητή να δεχτεί στο κατάστημά του τις αισθητικούς συμβούλους, αποβαλλόταν από το δίκτυο του διανομέα. Συναφώς σημειώνεται ότι σύμφωνα με την καθιερωμένη πρακτική των διανομέων, το κόστος για την παροχή της υπηρεσίας των αισθητικών συμβούλων επιβάρυνε τους ίδιους τους διανομείς, ως συμβατική τους υποχρέωση προς τις εταιρίες παραγωγής του εξωτερικού[7]. Στην καταγγελία, επισημαίνεται ότι «τα έξοδα παρουσίας και διατήρησης των αισθητικών αυτών συμβούλων (όπως άλλωστε και τα έξοδα διαφήμισης και υποστήριξης των προϊόντων αυτών) αποτελούν μέρος, και κάθε άλλο παρά μικρό, της τιμής στην οποία διατίθενται τα εν λόγω προϊόντα από τους διανομείς προς τα καταστήματα λιανικής πώλησης»[8]. Στη συνέχεια, αναφέρεται ότι, από την πρώτη μέρα

[1] Ό.π.

[2] Η καταγγέλλουσα στις από 24/2/2006 και 19/7/2006 καταγγελίες της χρησιμοποιεί τις ονομασίες «καλλυντικά προϊόντα υψηλού κύρους και ποιότητας και επιλεκτικής διανομής», «επώνυμα καλλυντικά» ή/και «καλλυντικά επιλεκτικής διανομής». Στη παρούσα απόφαση έχει υιοθετηθεί η ονομασία «καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής», η οποία χρησιμοποιείται στις υπ’ αριθμ. 271/IV/2004 και 543/VII/2012 αποφάσεις της ΕΑ.

[3] Για περισσότερες πληροφορίες σχετικά με τα μέτρα έρευνας της Υπηρεσίας βλ. Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 3808/1.6.2017 έκθεση του εισηγητή Ν. Ζευγώλη, Παράρτημα 1.

[4] Εφεξής και NOTOS.

[5] Βλ. κεφάλαιο III της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM (σελ. 4 και 5).

[6] Ό.π. (σελ. 5).

[7] Ό.π. (σελ. 5).

[8] Βλ. κεφάλαιο III της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM (σελ. 6).

των εκπτώσεων του Ιανουαρίου 2006, οι καταγγελλόμενες επιχειρήσεις απέσυραν τις αισθητικές συμβούλους που υποστήριζαν τα προϊόντα τους από τα τρία πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας (ενώ τις μετέφεραν σε γειτονικά και ανταγωνιστικά της καταστήματα), κατά παράβαση των σχετικών συμφωνιών και πρακτικών των τελευταίων δεκαετιών στον κλάδο και κατά διακριτική μεταχείριση σε βάρος της καταγγέλλουσας (δεδομένου ότι οι αισθητικές σύμβουλοι παρέμειναν σε όλα τα υπόλοιπα καταστήματα λιανικής).

6) Η NOTOS COM αναφέρει στην καταγγελία της ότι «…οι στην Ελλάδα εταιρείες διανομής κατά καθιερωμένη πάγια πρακτική αλλά και σχετική συμφωνία, υποστηρίζουν και την έκπτωση στην τιμή των καλλυντικών προϊόντων που παρέχουν στους καταναλωτές τα εν λόγω καταστήματα λιανικής πώλησης κατά την περίοδο των εκπτώσεων…».[9] Συγκεκριμένα, σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, «τα καταστήματα λιανικής πώλησης, κατά πάγια πρακτική, πωλούν καθ’ όλη τη διάρκεια του χρόνου τα καλλυντικά προϊόντα με έκπτωση 30% επί της ονομαστικής τιμής τους», ενώ κατά την περίοδο των εκπτώσεων η έκπτωση αυτή ανερχόταν συνήθως έως 50%. Αυτή η επιπλέον έκπτωση (20%) προς τον καταναλωτή χρηματοδοτοτείτο εν μέρει από τις επιχειρήσεις διανομής (συμπεριλαμβανομένων των καταγγελλομένων εταιριών χονδρικής) δια της παροχής, είτε με τη μορφή πιστωτικού σημειώματος, είτε με τη μορφή έκπτωσης επί του τιμολογίου, έκπτωσης στην τιμή προμήθειας προς τα καταστήματα λιανικής που δεν ξεπερνούσε το 10% (ήτοι οι εταιρίες διανομής υποστήριζαν μέχρι το μισό της επιπλέον έκπτωσης που παρεχόταν από τα καταστήματα λιανικής προς τον καταναλωτή κατά την εκπτωτική περίοδο).

7) Κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων του έτους 2006, η καταγγέλλουσα, με την ιδιότητά της ως λιανέμπορος, αποφάσισε να προσφέρει στους καταναλωτές έκπτωση ύψους 60% (σε «μία μικρή γκάμα προϊόντων που εμείς [ενν. NOTOS] οι ίδιοι διανέμουμε»[10]. Προκειμένου να υποστηρίξει ως διανομέας τη δυνατότητα αυξημένου ποσοστού έκπτωσης και σε όλα τα άλλα καταστήματα λιανικής πώλησης εκτός των δικών της[11] παρείχε έκπτωση 20% (αντί του έως 10% που μέχρι τότε παρείχαν οι άλλες επιχειρήσεις διανομής) επί των τιμών της συγκεκριμένης γκάμας προϊόντων της καταγγέλλουσας, ώστε τα καταστήματα αυτά να έχουν την ίδια δυνατότητα μετακύλισης αυξημένης έκπτωσης στους καταναλωτές με αυτή που είχαν τα καταστήματα της καταγγέλλουσας και να μην παραβιάζεται (σύμφωνα με την καταγγέλλουσα), «…η εύρυθμη κι ορθή λειτουργία των κανόνων του υγιούς ανταγωνισμού και της ελεύθερης αγοράς…».[12]

8) Προς επίρρωση του εν λόγω ισχυρισμού, η NOTOS COM προσκόμισε την από 30.1.2006 εξώδικη διαμαρτυρία- πρόσκληση-δήλωσή της προς τις εταιρίες που αποτελούν την αλυσίδα καταστημάτων HONDOS CENTER[13], στην οποία επιβεβαιώνει την προγενέστερη προσπάθεια των […] και […] (εκπροσώπων της NOTOS COM) να έρθουν σε τηλεφωνική επαφή με τους […] και […], προκειμένου να ανακοινώσουν την απόφαση της καταγγέλλουσας σχετικά με την υποστήριξη των εκπτώσεων. Σύμφωνα με το εν λόγω έγγραφο, οι τελευταίοι απέφυγαν εσκεμμένα οποιαδήποτε επαφή με την καταγγέλλουσα με στόχο τη δημιουργία εντυπώσεων περί δήθεν άρνησης της NOTOS COM να καλύψει το συμφωνηθέν μέρος του ποσοστού έκπτωσης που χορηγούν οι πελάτες της προς τους καταναλωτές, ενώ είναι προφανής, κατά την καταγγέλλουσα, η ετοιμότητά της για την κάλυψη των εκπτώσεων, όπως άλλωστε παγίως πράττει προς το σύνολο της πελατείας της χωρίς διακρίσεις. Προς επίρρωση του ανωτέρω ισχυρισμού, αναφέρεται επίσης η πραγματοποίηση εκπτώσεων στα προϊόντα της καταγγέλλουσας από τις λοιπές αλυσίδες λιανικής πώλησης [14].

9) Προ της επίμαχης περιόδου των εκπτώσεων στα καλλυντικά προϊόντα (23.1.2006-3.2.2006), η καταγγέλλουσα ενημερώθηκε από τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής ότι δεν θα υποστήριζαν την καθιερωμένη έκπτωση ποσοστού 10% στα τρία πολυκαταστήματά της, κάτι που όμως θα έπρατταν για όλα τα υπόλοιπα ανά την Ελλάδα καταστήματα λιανικής πώλησης. Η εν λόγω τακτική, η οποία θεωρήθηκε από την καταγγέλλουσα ότι αποτέλεσε αντικείμενο συμφωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων αυτών, ερμηνεύτηκε από την ίδια ως διακριτική μεταχείριση που αποσκοπούσε στον περιορισμό της εκπτωτικής της δυνατότητας. Επιπροσθέτως, στην καταγγελία της, η NOTOS COM θεώρησε την ανωτέρω συμπεριφορά των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής ως μια πρακτική η οποία «προφανή στόχο είχε όχι απλώς να περιορίσει την ανάπτυξη των τριών πολυκαταταστημάτων μας και τη δηλωμένη περαιτέρω ανάπτυξη του δικτύου μας, παρά μετά βεβαιότητας να δημιουργήσει προφανές όφελος-συγκριτικό πλεονέκτημα για τα υπόλοιπα καταστήματα λιανικής πώλησης…»,[15] αφού με αυτή την παύση υποστήριξης των εκπτώσεων, σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας, οι εν λόγω εταιρίες θεωρούσαν ότι τα πολυκαταστήματα λιανικής της NOTOS COM δεν θα παρείχαν προς το καταναλωτικό κοινό καθόλου έκπτωση (πλέον του συνήθους 30%), μια ενέργεια που θα είχε ως αποτέλεσμα να απομακρυνθούν οι καταναλωτές από τα συγκεκριμένα καταστήματα.

[9] Βλ. κεφάλαιο ΙΙΙ της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM (σελ. 7). Προς επίρρωση του εν λόγω ισχυρισμού, η NOTOS COM προσκόμισε ως συνημμένο 4 της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.2.2006 καταγγελίας της, επιστολή που απέστειλε η L’OREAL στην NOTOS COM, από την οποία φαίνεται ότι η έκπτωση στα καταστήματα λιανικής πώλησης καλλυντικών προϊόντων της τελευταίας, υποστηριζόταν από την εν λόγω επιχείρηση διανομής.

[10] Βλ. υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελία της NOTOS COM.

[11] Δηλαδή τα καταστήματα HONDOS CENTER, BEAUTY SHOP-SEPHORA, GALERIE DE BEAUTE, όπως αναφέρονται στην σελ. 8 της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελία της NOTOS COM.

[12] Βλ. κεφάλαιο ΙΙΙ της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM (σελ. 8).

[13] Βλ. συνημμένο 7 της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.2.2006 καταγγελίας της NOTOS COM.

[14] Ο.π., σελ. 23.

[15] Βλ. κεφάλαιο ΙΙΙ της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM (σελ. 9). Στην καταγγελία δεν αναφέρεται ρητώς η επωνυμία της εν λόγω επιχείρησης. Κατά την περίοδο που υποβλήθηκε η καταγγελία στην ΕΑ υψηλό μερίδιο αγοράς κατείχε η εταιρία Hondos Center.

10) Στην καταγγελία, εκφράζονται επίσης ισχυρισμοί ότι μέσω των ανωτέρω πρακτικών που ακολούθησαν οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής, θα προέκυπτε προφανές όφελος για τις υπόλοιπες εταιρίες λιανικής (εκτός της NOTOS COM), οι οποίες θα κέρδιζαν το μερίδιο αγοράς που θα έχανε η καταγγέλλουσα, ενώ μία από τις εταιρίες που δραστηριοποιούνταν στην αγορά λιανικής πώλησης, «…ίσως…κάποια που κατέχει υψηλότατο μερίδιο αγοράς και έχει, επομένως, τη δυνατότητα να πιέσει και πάντως επηρεάσει τις επιχειρήσεις διανομής…»,[16] είχε συμπράξει με τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής, με σκοπό την ενίσχυση των ήδη υψηλών μεριδίων της στη σχετική αγορά. Συνοψίζοντας, η NOTOS COM ανέφερε στην καταγγελία της, ότι οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής, από την πρώτη μέρα των εκπτώσεων, απέσυραν από τα τρία πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας τις αισθητικούς συμβούλους που υποστήριζαν τα προϊόντα τους μεταφέροντας τις σε γειτονικά ανταγωνιστικά καταστήματα λιανικής, ενώ, παράλληλα, έπαυσαν να υποστηρίζουν τις εκπτώσεις, για τα προϊόντα αυτά, στα καταστήματα λιανικής της NOTOS COM. Δεδομένου του ταυτόχρονου και των δύο ενεργειών (απόσυρση των αισθητικών συμβούλων - μη υποστήριξη των εκπτώσεων) των πέντε καταγγελλομένων εταιριών χονδρικής, τεκμαίρεται από την καταγγέλλουσα ότι αυτές δεν έγιναν τυχαία, αλλά στο πλαίσιο συμφωνίας μεταξύ των εν λόγω επιχειρήσεων.

11) Η καταγγέλλουσα αντέδρασε με εξώδικη δήλωση στις 24-1-2006[17], με την οποία καλούσε τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής στην υποστήριξη των εκπτώσεων και στην άμεση επαναφορά των αισθητικών συμβούλων στα πολυκαταστήματά της. Παρά τη νέα διαμαρτυρία της καταγγέλλουσας, οι εν λόγω επιχειρήσεις συνέχισαν να μην υποστηρίζουν τις εκπτώσεις των προϊόντων τους και να μην επαναφέρουν τις αισθητικές συμβούλους. Επιπροσθέτως, οι πέντε καταγγελλόμενες επιχειρήσεις απάντησαν στην καταγγέλλουσα με ταυτόχρονες εξώδικες επιστολές ότι «…η υποστήριξη των εκπτώσεων στα πολυκαταστήματα της και η παροχή αισθητικών συμβούλων δεν ήταν συμφωνημένη, ούτε συνηθισμένη αλλά στην απόλυτη διακριτική τους ευχέρεια…»[18], πολιτική που, σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας, εφήρμοζαν για όλα τα υπόλοιπα καταστήματα λιανικής πλην των καταστημάτων της NOTOS COM.

12) Στις εξώδικες δηλώσεις που εστάλησαν στη συνέχεια από τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής προς την καταγγέλλουσα,[19] περιέχονται κοινοί ισχυρισμοί ότι οι τελευταίες απέσυραν τις αισθητικές συμβούλους από τα καταστήματα της καταγγέλλουσας, διότι με την έκπτωση ύψους 60% συνολικά την οποία η NOTOS COM εφάρμοζε στα προϊόντα που εκείνη διένειμε[20], οι καταναλωτές δεν θα έδειχναν κανένα ενδιαφέρον για τα προϊόντα που διανέμονταν από τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής και επομένως η υποστήριξή τους με αισθητικούς συμβούλους ήταν άσκοπη[21].

13) Στην καταγγελία της, η NOTOS COM ανέφερε για τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής ότι: «…στις ίδιες τις εξώδικες δηλώσεις τους οι εν λόγω επιχειρήσεις αναφέρουν: ότι προηγήθηκε μεταξύ τους (μεταξύ δηλαδή των διανομέων) συμφωνία για το ανώτατο όριο της παρεχόμενης στους καταναλωτές (!) έκπτωσης που δεν θα έπρεπε να υπερβαίνει το 50% συνολικά (!!) την οποία υποστηρίζουν ότι παραβιάζει η επιχείρησή μας, δηλαδή, προς αιτιολόγηση της συμπεριφοράς και πρακτικής τους (ιδίως της ανάκλησης των αισθητικών συμβούλων) επικαλούνται μια απολύτως απαγορευμένη μεταξύ τους συμφωνία (!) και β) ότι εάν έπαυε η προσφερόμενη στα καταστήματα μας έκπτωση 60% συνολικά στη μικρή αυτή γκάμα προϊόντων μας, οι αισθητικοί σύμβουλοι θα επέστρεφαν (!!)».[22] Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, από τα ανωτέρω προέκυπτε ότι οι ταυτόχρονες ενέργειες των καταγγελλομένων εταιριών χονδρικής επιβεβαίωναν τη μεταξύ τους σύμπραξη και εναρμονισμένη πρακτική, καθώς και την απόπειρα διαμόρφωσης από αυτές της τιμής στην οποία προσφέρονται τα καλλυντικά προϊόντα στους καταναλωτές, από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας.

14) Επιπλέον, η καταγγέλλουσα θεωρούσε ότι δεν είναι άνευ σημασίας το γεγονός ότι κατά την ίδια χρονική περίοδο έκπτωση ύψους έως 60% συνολικά προς τους καταναλωτές πραγματοποιήθηκε και από άλλα καταστήματα λιανικής πώλησης, ιδίως την αλυσίδα καταστημάτων BEAUTY SHOP[23], πλην όμως οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής ούτε αρνήθηκαν να υποστηρίξουν έναντι των εν λόγω καταστημάτων την έκπτωση στα δικά τους προϊόντα (όπως έπραξαν με καταστήματα της καταγγέλλουσας), ούτε ανακάλεσαν τις αισθητικές συμβούλους που βρίσκονταν στα εν λόγω καταστήματα. Η καταγγέλλουσα υποστήριζε ότι παρόλο που έπαυσε στις 26.01.2006 (4 ημέρες μετά την έναρξη των εκπτώσεων) την παροχή στα πολυκαταστήματα της έκπτωσης 60% σε επιλεγμένα προϊόντα που εισήγαγε και διένειμε η ίδια επαναφέροντας της στο πεδίο της συνήθους και κοινής

[16] Ό. π. (σελ. 9).

[17] Βλ. συνημμένο 1 της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM.

[18] Βλ. κεφάλαιο ΙΙΙ της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM (σελ. 11).

[19] Βλ. συνημμένο 2 της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM και ειδικότερα την από 25.1.2006 εξώδικη απάντηση-δήλωση της εταιρίας ESTEE LAUDER, την από 30.1.2006 εξώδικη απάντηση, διαμαρτυρία και δήλωση της εταιρίας ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, την από 24.1.2006 εξώδικη απάντηση, διαμαρτυρία και δήλωση καθώς και την από 26.1.2006 εξώδικη διαμαρτυρία και δήλωση της L’OREAL, την από 25.1.2006 εξώδικη απάντηση της εταιρίας ΣΑΡΑΝΤΗΣ και την από 6.2.2006 εξώδικη απάντηση-δήλωση-διαμαρτυρία-πρόσκληση της εταιρίας CHRISTIAN DIOR, όλες με παραλήπτη την NOTOS COM.

[20] Η NOTOS COM ισχυρίζεται στη καταγγελία της ότι η έκπτωση εφαρμόστηκε σε μικρή γκάμα προϊόντων της ενώ οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής αναφέρουν, στα εξώδικα τους, για το σύνολο των προϊόντων της NOTOS COM.

[21] Για περαιτέρω ανάλυση του περιεχομένου των εξώδικων δηλώσεων, βλ. Ενοτητα Η.1.1 της παρούσας

[22] Βλ. κεφάλαιο ΙΙΙ της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM (σελ. 13).

[23] Βλ. συνημμένο 5 της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM, ενδεικτικές φωτογραφίες της βιτρίνας των καταστημάτων BEAUTY SHOP με ημερομηνία 25.01.2006 (δηλαδή δυο μέρες μετά την έναρξη των εκπτώσεων), από τις οποίες προκύπτει ότι και τα εν λόγω καταστήματα προχώρησαν, κατά την ίδια χρονική περίοδο (από τις 23.1.2006 και μετά), σε έκπτωση 60% επί της τιμής των καλλυντικών προϊόντων.

έκπτωσης του 50% για όλα τα προϊόντα, όπως ζητούσαν οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής, οι τελευταίες δεν επανέφεραν τις αισθητικούς συμβούλους.

15) Σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, τα ανωτέρω γεγονότα καθιστούσαν τη μη επαναφορά των αισθητικών συμβούλων στα πολυκαταστήματά της από τις εν λόγω επιχειρήσεις παντελώς αναιτιολόγητη και καταχρηστική, ενώ οι εν λόγω επιχειρήσεις δήλωσαν με σχετικές εξώδικες επιστολές τους προς την καταγγέλλουσα[24] ότι για να επαναφέρουν τις αισθητικούς συμβούλους στα πολυκαταστήματά της, θα έπρεπε η ίδια να φροντίσει ώστε να παύσει η οποιαδήποτε έρευνα από πλευράς της ΕΑ[25].

16) Η NOTOS COM ανέφερε επίσης στην καταγγελία της πως δεν μπορούσε να παραληφθεί το γεγονός ότι οι οίκοι του εξωτερικού, τα προϊόντα των οποίων διανέμονται στην Ελλάδα από την καταγγέλλουσα, λάμβαναν επιστολές από μια συγκεκριμένη αλυσίδα καταστημάτων λιανικής πώλησης[26], με τις οποίες εκφράζονταν παράπονα για την καταγγέλλουσα και καλούνταν οι ξένοι οίκοι να ορίσουν νέο διανομέα των προϊόντων τους στην Ελλάδα, ενώ παράλληλα μια από τις αναφερόμενες καταγγελλόμενες εταιρίες διανομής[27] εκδήλωνε το ενδιαφέρον της προς τους εν λόγω οίκους να αναλάβει αυτή τη διανομή των προϊόντων τους εντός Ελλάδος. Προς επίρρωση του ανωτέρω ισχυρισμού, η NOTOS COM προσκόμισε την «… από 23-1-2006 επιστολή του «Προέδρου» (όπως αποκαλείται ο ίδιος) του ομίλου εταιριών HONDOS CENTER προς τον οίκο παραγωγής καλλυντικών προϊόντων CHANEL, η διανομή των οποίων στην Ελλάδα πραγματοποιείται από την εταιρία μας, με την οποία επιστολή προβάλλονται ψευδείς εναντίον μας ισχυρισμοί και καλείται ο πιο πάνω οίκος να διορίσει νέο διανομέα στην Ελλάδα, απειλούμενος ότι σε άλλη περίπτωση ο συγκεκριμένος όμιλος επιχειρήσεων δεν θα διαθέτει από τα καταστήματά του προϊόντα CHANEL και παρακινούμενος, ταυτοχρόνως, με την απευθείας υπόσχεση προνομιακών χώρων εντός των καταστημάτων του εν λόγω ομίλου».[28]

17) Εν κατακλείδι, κατά την καταγγέλλουσα, οι καταγγελλόμενες επιχειρήσεις προέβαιναν σε συστηματική παράβαση του άρθρου 1 του ν. 703/1977 (νυν 3959/2011), όπως ισχύει, ιδίως βάσει των ακολούθων:

α) Οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής δεν υποστήριξαν τις παρεχόμενες από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας εκπτώσεις και ανακάλεσαν τις ευρισκόμενες σε αυτά αισθητικούς συμβούλους ταυτοχρόνως.

β) Δεδομένης της ανεξάρτητης δομής των εν λόγω επιχειρήσεων, το ταυτόχρονο και ομοιόμορφο των ενεργειών των καταγγελλομένων αποτελούσε ισχυρό τεκμήριο εναρμόνισης της πρακτικής και συμπεριφοράς τους.

γ) Είχε ομολογηθεί από τις ίδιες τις εν λόγω επιχειρήσεις η βούλησή τους για εναρμόνιση των τιμών, έτσι ώστε η μεταξύ τους αλληλοενημέρωση, συνεννόηση και συντονισμός των ενεργειών και της συμπεριφοράς τους προς την αγορά λιανικής να αίρει τον επιχειρηματικό κίνδυνο μείωσης πωλήσεων, απώλειας μεριδίου αγοράς, κ.λπ.

δ) Οι ανωτέρω κοινές ενέργειες και πρακτικές αποσκοπούσαν στον περιορισμό του ποσοστού έκπτωσης που παρεχόταν από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας στους καταναλωτές. Για αυτό το λόγο, σύμφωνα με τους ισχυρισμούς της καταγγέλλουσας, επιχειρήθηκε αύξηση του κόστους της μέσω της ανάκλησης των αισθητικών συμβούλων (αφού θα έπρεπε η ίδια αναγκαστικά να επωμιστεί το κόστος πρόσληψης τους).

ε) Οι εν λόγω επιχειρήσεις κατά απολύτως κοινό και ομοιόμορφο τρόπο εφήρμοζαν σε βάρος της καταγγέλλουσας διακριτική μεταχείριση, γεγονός που ενδεχόμενα υπέκρυπτε συμφωνία των προμηθευτών με άλλα μέλη του δικτύου για επιβολή δυσμενέστερων όρων πώλησης.

18) Κατά την καταγγέλλουσα, οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής προέβαιναν σε συστηματική παράβαση του άρθρου 2 (στοιχεία α’ και γ’) του ν. 703/1977 (νυν 3959/2011), όπως ισχύει, βάσει των ακολούθων:

α) Οι καταγγελλόμενες επιχειρήσεις εκμεταλλεύθηκαν τη συλλογική δεσπόζουσα θέση τους επιχειρώντας με τρόπο ομοιόμορφο και ενιαίο να καθορίσουν την κατώτατη τιμή πώλησης από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας προς τους καταναλωτές των εν λόγω καλλυντικών προϊόντων.

β) Οι εν λόγω επιχειρήσεις εκμεταλλεύθηκαν τη συλλογική δεσπόζουσα θέση τους αποσύροντας - ανακαλώντας, αδικαιολόγητα και σε χρόνο απόλυτα κοινό τις αισθητικές συμβούλους που παρείχαν σε όλα τα υπόλοιπα καταστήματα λιανικής πώλησης γεγονός που είχε ως αποτέλεσμα να περιέλθει η καταγγέλλουσα σε μειονεκτική, έναντι των άλλων καταστημάτων λιανικής, θέση στον ανταγωνισμό αφού αυξήθηκε δραματικά το κόστος της.

19) Επιπροσθέτως, η NOTOS COM ισχυρίζεται ότι τελεί σε σχέση οικονομικής εξάρτησης έναντι των καταγγελλόμενων επιχειρήσεων, αφού είναι πελάτης τους

[24] Βλ. συν. 3 της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM και ειδικότερα την από 6.2.2006 εξώδικη δήλωση και πρόσκληση της εταιρίας ESTEE LAUDER καθώς και την από 2.2.2006 εξώδικη απάντηση, διαμαρτυρία και δήλωση της εταιρίας ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ προς την εταιρία NOTOS COM.

[25] Επισημαίνεται ότι κατά το χρόνο κατάθεσης της εξώδικης δήλωσης της 6.2.2006, η ΓΔΑ δεν είχε εκκινήσει έρευνα στην υπό εξέταση σχετική αγορά. Ωστόσο, κατά το ίδιο χρονικό διάστημα, είχαν κοινοποιηθεί στην ΕΑ οι εξώδικες διαμαρτυρίες με αποστολείς και αποδέκτες τα εμπλεκόμενα μέρη της παρούσας υπόθεσης (βλ. σχετικά αρ. πρωτ. 407/25.1.2006 και 520/31.1.2006).

[26] Η καταγγέλλουσα δεν αναφέρει στην από 24/02/2006 καταγγελία της την επωνυμία την εν λόγω αλυσίδας καταστημάτων.

[27] Η καταγγέλλουσα δεν αναφέρει στην από 24/02/2006 καταγγελία της ποια εκ των καταγγελλόμενων εταιριών διανομής είχε εκδηλώσει το συγκεκριμένο ενδιαφέρον.

[28] Βλ. συν. 8 της υπ’ αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελίας της NOTOS COM (σελ. 23). Στο συγκεκριμένο έγγραφο αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι: «…It is therefore clearly understood that under these circumstances, where an exclusive Distributor is also a Retailer at the same time, he cannot fulfil his duties efficiently and properly for your brands, as this constitutes a conflict of his business interests. As you understand it is too difficult for us to cooperate with him and to be supplied with any more. We kindly request you to look into the above mentioned serious issue, as we are forced to end our cooperation with your aforementioned representative in your brands. You are kindly requested to advise us regarding an alternative Supplier for our department stores, which (stores) are interested in distributing your brands. We are at your disposal to offer to you a space in our department stores for the display of your brands».

και μεταπωλεί τα προϊόντα που αγοράζει από αυτές στο καταναλωτικό κοινό. Σύμφωνα με την καταγγελία, οι παραπάνω παροχές (συμμετοχή των χονδρεμπόρων στην επιπλέον έκπτωση, παροχή αισθητικών συμβουλών) αποτελούσαν μακροχρόνιες συμφωνίες και πρακτικές στον οικείο κλάδο, η δε διακοπή τους πραγματοποιήθηκε σε χρόνο αιφνίδιο, βραχύτατο και παντελώς ανεπαρκή για την εύρεση από την πλευρά της οποιασδήποτε εναλλακτικής λύσης. Εξάλλου, σύμφωνα με την καταγγέλλουσα, η ίδια δεν είχε ισοδύναμες εναλλακτικές λύσεις (αγορά των καλλυντικών προϊόντων διανομής τους από άλλη πηγή), αφού οι οίκοι παραγωγής των εν λόγω προϊόντων τα διέθεταν στην Ελλάδα μόνο μέσω των εν λόγω επιχειρήσεων οι οποίες είχαν το αποκλειστικό δικαίωμα διανομής τους. Με βάση την καταγγελία, τα ανωτέρω στοιχεία θεμελίωναν τον καταχρηστικό χαρακτήρα των πρακτικών τους και στοιχειοθετούσαν σαφέστατη παράβαση του άρθρου 2α του ν. 703/1977, ως ίσχυε, κατά την περίοδο υποβολής της εν λόγω καταγγελίας.

20) Η καταγγέλλουσα ζητούσε, για όλους τους ανωτέρω λόγους, από την ΕΑ: α) να ληφθούν οποιαδήποτε μέτρα κανονιστικού -διαρθρωτικού χαρακτήρα θεωρηθούν αναγκαία, προκειμένου να αποκατασταθεί η εύρυθμη λειτουργία της αγοράς, β) να επιβληθεί στις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής πρόστιμο 15% επί των ακαθάριστων εσόδων τους, γ) να επιβληθεί στους νομίμους εκπροσώπους των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής χρηματική ποινή 30.000€ για κάθε μια από τις ανωτέρω παραβάσεις, δ) να ληφθούν ασφαλιστικά μέτρα για την άρση των ανωτέρω παραβάσεων και την παράλειψή τους στο μέλλον, ε) να απειληθούν οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής και οι νόμιμοι εκπρόσωποι τους με χρηματική ποινή 5.000 € για κάθε ημέρα μη συμμόρφωσης με την απόφαση της ΕΑ.

Γ. ΤΑ ΕΜΠΛΕΚΟΜΕΝΑ ΜΕΡΗ

Γ.1. NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε.

21) Ο Όμιλος Notos Com δημιουργήθηκε το 2001 από τη συγχώνευση α) των πολυκαταστημάτων «Αφοί Λαμπρόπουλοι» που ξεκίνησαν το 1901 και μετεξελίχθηκαν στην αλυσίδα notosgalleries, β) των καλλυντικών CAP Cosmetics, Παπαέλληνας Καταναλωτικά και Παπαέλληνας Συμμετοχική και γ) των εταιριών ένδυσης «Σπορτσμαν», «Αταλάντη», «Αταλάντα» και «Ένδυση» με παρουσία στην αγορά από τη δεκαετία του 1970[29].

22) Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας είναι «NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ»[30] και «…αποτελεί μία ελληνική εμπορική εταιρία, με δραστηριότητες που επεκτείνονται στους εξής τέσσερις βασικούς κλάδους: πολυκαταστήματα, προσωπική φροντίδα και υγιεινή, χονδρική ένδυση/υπόδησης, λιανική ένδυση/υπόδησης»[31]. Ως αντικείμενό της, προσδιορίζεται η απόκτηση αποκλειστικών αντιπροσωπειών καταναλωτικών προϊόντων και η διάθεση τους μέσω διαφόρων καναλιών, δηλαδή μέσω δικτύων χονδρικής διανομής και καταστημάτων λιανικής -στην Ελλάδα και το εξωτερικό-, καθώς και μέσω πολυκαταστημάτων πού η ίδια η NOTOS COM λειτουργεί. Η NOTOS COM αντιπροσωπεύει και διανέμει στην ελληνική αγορά επώνυμα καλλυντικά προϊόντα υψηλής ποιότητας και τιμής, προϊόντα ευρείας διανομής που απευθύνονται σε πολυκαταστήματα, super markets, φαρμακεία, κ.λπ., ενώ δραστηριοποιείται επίσης στον κλάδο του επώνυμου ενδύματος με τη λειτουργία δικτύου χονδρικής πώλησης ειδών ένδυσης-υπόδησης για ορισμένους οίκους καθώς και στον κλάδο γραφικών και business to business γραφικών[32].

23) Συναφώς με την υπό εξέταση υπόθεση, η NOTOS COM δραστηριοποιείτο κατά την ερευνώμενη περίοδο […].[33]

24) Επίσης, δραστηριοποιείτο στη λιανική εμπορία καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, διατηρώντας 6 καταστήματα στις εξής γεωγραφικές περιοχές (ως είχαν στις 10.9.2010[34]):

• Πολυκατάστημα Αθήνας (Αιόλου 99 και Λυκούργου)
• Πολυκατάστημα Θεσσαλονίκης (Τσιμισκή 24 και Μητροπόλεως 31)
• Πολυκατάστημα Πειραιά (Ηρώων Πολυτεχνείου 35)
• Πολυκατάστημα Λάρισας (Κούμα 25)
• Πολυκατάστημα Καλαμάτας (Πλατεία Εθνικής Αντιστάσεως και Νέδοντος)
• Πολυκατάστημα Πάτρας (Μαίζωνος 54-56).

25) Η μετοχική σύνθεση της NOTOS COM καθώς και τα αντίστοιχα ποσοστά μετοχικού κεφαλαίου[35] για τη χρονική περίοδο 2003-2016 είχαν ως εξής:

Μετοχική σύνθεση της NOTOS COM (2003-2016)			
ΜΕΤΟΧΟΙ	2003-2010	2011-2012	2011-2016
[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]
Σύνολο	100,00%	100,00%	100,00%

Πηγή: Εταιρία NOTOS COM (υπ’ αριθμ. πρωτ. 5473/10.9.2010 και 2284/29.3.2016 επιστολές της εταιρίας και υπ’ αριθμ. πρωτ. 635/28.1.2016 ηλεκτρονικό μήνυμα του […] εκ μέρους της NOTOS COM).

[29] Βλ. Ιστοσελίδα της εταιρίας Notos Com (http://www.notoscom.gr/1049_1/Company-History) ως ίσχυε στις 5/2/2016.

[30] Βλ. την υπ’ αριθμ. πρωτ. 2284/29.3.2016 επιστολής της NOTOS COM.

[31] Βλ. υπ’ αριθμ. πρωτ. 5473/10.9.2010 επιστολή της NOTOS COM (Σελ. 1). Η έδρα της εταιρίας βρίσκεται στην Κηφισιά.

[32] Ό.π.

[33] Βλ. σχετικά απαντητική επιστολή της εταιρίας με ημ. αρ. πρ. 7064/29.9.2014. Κάτι αντίστοιχο είχε επισημανθεί από την εταιρία PCD για την αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής. Βλ. σχετικά απαντητική επιστολή της εταιρίας με ημ. αρ. πρ. 7277/6.10.2014.

[34] Βλ. υπ’ αρ. πρωτ. 5473/10.9.2010 επιστολή της NOTOS COM (Σελ. 5).

[35] Σύμφωνα με τις ετήσιες οικονομικές καταστάσεις της χρήσης 2013 (Σελ. 40)- παράρτημα 6δ της υπ’ αρ. πρωτ. 8357/20.11.2014 απαντητικής επιστολής της εταιρίας NOTOS COM-: «Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας αποτελείται από […] κοινές ονομαστικές μετοχές, ονομαστικής αξίας € […]. Όλες οι μετοχές παρέχουν τα ίδια δικαιώματα στη λήψη μερισμάτων και στην αποπληρωμή κεφαλαίου και αντιπροσωπεύουν μια ψήφο στη Γενική Συνέλευση των μετόχων της εταιρίας».

Γ.2. ESTEE LAUDER HELLAS A.E.

26) Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας με διακριτικό τίτλο «Estee Lauder Hellas A.E.» είναι «Εστέ Λώντερ Ελλάς Ανώνυμη Εταιρία Διανομής Καλλυντικών»[36], με έδρα το Δήμο Χαλανδρίου Αττικής. Σκοπός της εταιρίας, σύμφωνα με το καταστατικό της[37] είναι: […].

27) Το αρχικό μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ορίσθηκε σε […][38] και διαιρείται σε […][39] η καθεμία.[40] Ο μοναδικός μέτοχος της εταιρίας ESTEE LAUDER HELLAS A.E., στο χρονικό διάστημα που περιλαμβάνει τα έτη 2003 έως 2010, ήταν […] κατά το ίδιο χρονικό διάστημα είχε […][41]. Η μητρική του ομίλου […] ελέγχει έμμεσα, κατά […], ποσοστό έμμεσης συμμετοχής στην […][42].

28) Κατά την υπό εξέταση περίοδο, η εταιρία δραστηριοποιείτο στην χονδρική εμπορία καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, διανέμοντας στην Ελλάδα προιόντα του Ομίλου ESTEE LAUDER EUROPE, ενώ δεν έχει συμβάσεις προμήθειας με άλλους ξένους οίκους[43].

29) Το αρχικό μετοχικό κεφάλαιο της Εταιρίας ορίσθηκε σε […][44] και διαιρείται σε […] ονομαστικές μετοχές ονομαστικής αξίας […][45] η καθεμία.[46] Ο μοναδικός μέτοχος της εταιρίας ESTEE LAUDER HELLAS A.E., στο χρονικό διάστημα που περιλαμβάνει τα έτη 2003 έως 2016, ήταν […]. Απώτερος ελέγχων μέτοχος για το ίδιο χρονικό διάστημα είναι η εταιρία με την επωνυμία […] η οποία μετέχει στην […] σε ποσοστό […]%[47]. Το υπόλοιπο […]% του μετοχικού κεφαλαίου ανήκε στη […][48]. Η μητρική του ομίλου […] ελέγχει έμμεσα, κατά […], τη […].[49], [50]

30) Μοναδική μέτοχος της […] για το χρονικό διάστημα 2003-2016 ήταν […], στην οποία μετέχει κατά […] η εταιρία με επωνυμία […]. Όλες οι ανωτέρω εταιρίες εδρεύουν στη Λευκωσία Κύπρου. Η εταιρία […].

31) […][51] […][52]

Γ.3. ΕΤΑΙΡΙΕΣ (ΠΡΩΗΝ) ΟΜΙΛΟΥ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ

32) Η εταιρία «ΠΝΓ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ΥΓΕΙΑΣ ΚΑΙ ΟΜΟΡΦΙΑΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» με διακριτικό τίτλο «ΠΝΓ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ΑΕΒΕ» (πρώην «ΦΑΡΜΑΚΑΠΟΘΗΚΗ Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ»[53] - εφεξής «ΠΝΓΓ» ή «GEROLYMATOS INTERNATIONAL»), συστάθηκε το 1999 και αποτελούσε θυγατρική εταιρία της «ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ INTERNATIONAL ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ», (πρώην ΠΝ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ΑΕΒΕ[54] - εφεξής «ΠΝΓ»), εταιρίας ελεγχόμενης από την οικογένεια Π. Γερολυμάτου[55]. Την περίοδο 2003 έως 2007, ο κλάδος καλλυντικών του ομίλου Γερολυμάτου λειτουργούσε μέσω της εταιρίας ΠΝΓ, ενώ, σε συνέχεια μεγάλου εταιρικού ανασχηματισμού, που πραγματοποιήθηκε το έτος 2007, η πλειονότητα των επιχειρηματικών κλάδων της ΠΝΓ, περιλαμβανομένου του κλάδου των καλλυντικών, αποσχίστηκαν και μεταφέρθηκαν στην ΠΝΓΓ[56].

33) Συγκεκριμένα, με την υπ’ αρ. 17.942/6.7.2007 Σύμβαση Απόσχισης[57], η ΠΝΓ απέσχισε α) τον βιομηχανικό κλάδο, β) τον κλάδο παροχής υπηρεσιών, γ) τα τμήματα φαρμάκων, καλλυντικών, κτηνιατρικών, OTC, διαγνωστικών και διεθνών δραστηριοτήτων, τα οποία αποτελούσαν αυτοτελή μέρη του εμπορικού κλάδου της ως άνω εταιρίας και εισέφερε όλα τα ανωτέρω στην ΠΝΓΓ. Κατά συνέπεια, καθολικός διάδοχος του κλάδου των καλλυντικών, από το 2007 και μετά, κατέστη η ΠΝΓΓ.[58] Η απόσχιση ολοκληρώθηκε την 10.07.2007[59].

34) Το Φεβρουάριο 2009, η ALAPIS ΑΝΩΝΥΜΗ ΣΥΜΜΕΤΟΧΙΚΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ & ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ, ΧΗΜΙΚΩΝ & ΒΙΟΛΟΓΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ με διακριτικό τίτλο ALAPIS ΑΒΕΕ (εφεξής ALAPIS) εξαγόρασε την ΠΝΓΓ και το Δεκέμβριο 2009 η ΠΝΓΓ συγχωνεύθηκε με την ALAPIS με απορρόφηση της πρώτης από τη δεύτερη.[60]

35) Στις 9.7.2009 συστάθηκε η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ (εφεξής ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ

[36] Βλ. την υπ’ αριθμ. πρωτ. 2394/31.3.2016 επιστολή της εταιρίας ESTEE LAUDER.

[37] Βλ. σχετ. 2, συνημμένο της υπ’ αριθμ. πρωτ. 5609/20.9.2010 απαντητικής επιστολής της εταιρίας ESTEE LAUDER και συνημμένο 1 της υπ’ αριθμ. πρωτ. 2394/31.3.2016 επιστολής της. Στην τελευταία επιστολή αναφέρεται ότι […].

[38] […]

[39] […]

[40] Βλ. άρθρο 5 κωδικοποιημένου καταστατικού της εταιρίας, το οποίο επισυνάπτεται ως σχετικό στην υπ’ αριθμ. πρωτ. 5609/20.09.2010 απαντητική επιστολή της εταιρίας.

[41] Σύμφωνα με την υπ’ αριθμ. πρωτ. 5609/20.9.2010 επιστολή της ESTEE LAUDER.

[42] Σύμφωνα με τις Ετήσιες Οικονομικές Εκθέσεις χρήσεων 2003-2013 της εταιρίας ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ.

[43] Βλ. υπ’ αριθμ. πρωτ. 6113/30.9.2011 επιστολή της ESTEE LAUDER.

[44] […]

[45] […]

[46] Βλ. άρθρο 5 κωδικοποιημένου καταστατικού της εταιρίας, το οποίο επισυνάπτεται ως σχετικό στην υπ’ αριθμ. πρωτ. 5609/20.09.2010 απαντητική επιστολή της εταιρίας.

[47] Βλ. την υπ’ αριθμ. πρωτ. 2394/31.3.2016 επιστολή της ESTEE LAUDER.

[48] Βλ. την υπ’ αριθμ. πρωτ. 2340/30.3.2016 επιστολή της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

[49] Σύμφωνα με τις Ετήσιες Οικονομικές Εκθέσεις χρήσεων 2003-2013 της εταιρίας ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ..

[50] Σύμφωνα με την ιστοσελίδα της ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ, η ίδια «έχει συνάψει κοινοπραξία με την εταιρεία ESTEE LAUDER HELLAS για την διανομή προϊόντων της ESTEE LAUDER σε Ελλάδα, Ρουμανία και Βουλγαρία».

[51] Κατά το άρθρο 5, παρ. 3 του ν. 3959/2011.

[52] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 2340/30.3.2016 επιστολή της ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

[53] Η εταιρία μετονομάστηκε δυνάμει του ΦΕΚ 8188/18.7.2007.

[54] Η εταιρία μετονομάστηκε δυνάμει του ΦΕΚ 521/21.1.2009.

[55] Βλ. υπ’ αρ. πρωτ. 5517/14.09.2010 απαντητική επιστολή της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS.

[56] Ό.π.

[57] Βλ. συν 2 της υπ’ αρ. πρωτ. 8184/12.11.2014 απαντητικής επιστολής της GEROLYMATOS INTERNATIONAL.

[58] Βλ. αρ. πρωτ. 8184/12.11.2014.

[59] Ημερομηνία κατά την οποία καταχωρήθηκε στο Μητρώο Α.Ε. η υπ’ αριθμ. 6251/10.07.2007 σχετική εγκριτική απόφαση του Νομάρχη Ανατολικής Αττικής (βλ. υπ’ αριθμ. πρωτ. 5517/14.09.2010 επιστολή).

[60] ΦΕΚ ΤΑΕ και ΕΠΕ 11983/6.10.2009 και απόφαση 431/V/2009 Ε.Α. «Η συγχώνευση της ΠΝΓΓ με τη μητρική της εταιρεία, ALAPIS, με απορρόφηση της πρώτης από τη δεύτερη, αποτελούσε ενδοομιλική συναλλαγή, η οποία, ως εκ τούτου, δεν υπαγόταν σε υποχρέωση γνωστοποίησης ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού» (υπ’ αριθμ. πρωτ. 5517/14.9.2010 επιστολή της εταιρίας).

COSMETICS) ως εξ ολοκλήρου θυγατρική της ALAPIS με κύριο σκοπό τη διανομή, εξαγωγή και εμπορία καλλυντικών, η οποία και ανέλαβε τη δραστηριότητα του κλάδου καλλυντικών της ΠΝΓΓ. Περαιτέρω, στις 02.06.2010 αγόρασε τον κλάδο παραγωγής και εμπορίας καλλυντικών προϊόντων της ALAPIS[61], η οποία κηρύχθηκε σε κατάσταση πτώχευσης το 2014[62].

36) Στη συνέχεια, δυνάμει σχετικής από 09.06.2010 Σύμβασης Αγοραπωλησίας Μετοχών, το σύνολο (100%) του μετοχικού κεφαλαίου της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS εξαγοράσθηκε από την εταιρία με την επωνυμία «BALLIS PERSONAL AND HOME CARE ΑΝΩΝΥΜΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΠΑΡΑΓΩΓΗΣ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΑΠΟΡΡΥΠΑΝΤΙΚΩΝ ΚΑΙ ΧΗΜΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ» και το διακριτικό τίτλο «BALLIS HOME CARE S.A.» (εφεξής και «BALLIS»)[63]. Η BALLIS συστάθηκε στις 26.05.2010 […][64]. Σύμφωνα με την υπ’ αριθμ. πρωτ. 5517/14.09.2010 επιστολή της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS προς τη ΓΔΑ[65], από το Σεπτέμβριο του 2010, […]. Σημειωτέον ότι κατόπιν έρευνας της υπηρεσίας, δεν βρέθηκαν στοιχεία επικοινωνίας με την BALLIS. Σημειώνεται ότι δεν κατέστη εφικτή η επικοινωνία με την εταιρία ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS μετά το έτος 2013[66]. Σύμφωνα με επιστολή του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών[67] προς τη ΓΔΑ και κατόπιν σχετικού αιτήματος της για παροχή στοιχείων[68], […]. Επιπροσθέτως, σύμφωνα με δεύτερη επιστολή του Εμπορικού και Βιομηχανικού Επιμελητηρίου Αθηνών[69] προς τη Γ.Δ.Α. και κατόπιν δεύτερου σχετικού αιτήματος για παροχή στοιχείων, […]. Επιπλέον, σύμφωνα με το πιστοποιητικό του τμήματος πτωχεύσεων του Πρωτοδικείου Αθηνών με ημερομηνία έκδοσης 18.3.2016[70] το οποίο προσκομίστηκε επίσης κατόπιν αιτήματος της ΓΔΑ[71], βεβαιώνεται ότι […][72].

[61] «Η εξαγορά από την ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS του κλάδου καλλυντικών της μητρικής της εταιρίας, ALAPIS, αποτελούσε ενδοομιλική συναλλαγή, η οποία, ως εκ τούτου, δεν υπαγόταν σε υποχρέωση γνωστοποίησης ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού» (υπ’ αρ. πρωτ. 5517/14.9.2010 επιστολή της εταιρίας).

[62] ΦΕΚ 658/24.1.2014.

[63] ΑΡ.Μ.Α.Ε. 69674/04/Β/10/231(2010) σύμφωνα με το ΦΕΚ 1059/13.02.2013.

[64] Υπ’ αρ. πρωτ. 5517/14.09.2010.

[65] Απαντητική επιστολή της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS.

[66] Οι επιστολές 7684/18.9.2014, 3003/21.4.2016 και 3005/21.4.2016 επιδόθηκαν με δικαστικό επιμελητή σύμφωνα με τα άρθρα 48 ν. 3959/2011 όπως ισχύει και 48, παρ. 2 του κώδικα Διοικητικής Δικονομίας.

[67] Αρ. πρωτ. 8532/28.11.2014.

[68] Αρ. πρωτ. 7986/04.11.2014.

[69] Αρ. πρωτ. 2249/28.3.2016.

[70] Αρ. πρωτ. 2003/18.3.2016.

[71] Αρ. πρωτ. 1943/16.3.2016.

[72] Η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS Α.Ε. παρά το ότι δεν φαίνεται να έχει οικονομική δραστηριότητα, η κατάστασή της παρουσιάζεται ως ενεργή (βλ. το υπ’ αρ. πρωτ. 3073/25.4.2016 της Γενικής Γραμματείας Δημοσίων Εσόδων του Υπουργείου Οικονομικών και ειδικότερα της Γενικής Διεύθυνσης Ηλεκτρονικής Διακυβέρνησης και Ανθρώπινου Δυναμικού, Διεύθυνση Υποστήριξης Ηλεκτρονικών Υπηρεσιών, Τμήμα Γ’ Γενικού Μητρώου και Διεπαφών με Φορείς-Υπηρεσίες). Σύμφωνα με το ίδιο έγγραφο, νόμιμος εκπρόσωπος της εταιρίας είναι ο Αλέξανδρος Πολίτης (Διευθύνων Σύμβουλος, βλ. επίσης ΦΕΚ ΑΕ-ΕΠΕ 1059/13.2.2013).

37) Έδρα της εταιρίας ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS οριζόταν η Κοινότητα Κρυονερίου Αττικής. Σκοπός της εταιρίας βάσει του καταστατικού[73] της είναι: […]. Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ανερχόταν σε […], διαιρούμενο […] ονομαστικές μετοχές, ονομαστικής αξίας […] η κάθε μια.[74]

38) Οι ανωτέρω εταιρίες, οι οποίες δραστηριοποιούντο κατά καιρούς στην χονδρική εμπορία καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, διένειμαν στην Ελλάδα τα προϊόντα των εταιριών παραγωγής καλλυντικών του εξωτερικού, συνάπτοντας μαζί τους συμβάσεις αποκλειστικής διανομής.

Γ.4. L’OREAL HELLAS A.E.[75]

39) Η εταιρία με την επωνυμία L’OREAL HELLAS A.E. (εφεξής και «L’OREAL») ιδρύθηκε στις 15.04.1970[76] με έδρα στο στο Δήμο Νέας Ιωνίας Αττικής. Σύμφωνα με το καταστατικό της[77]: «Σκοπός της εταιρείας είναι […].»

40) Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ανέρχεται σε […]€ διαιρούμενο σε […] ονομαστικές μετοχές ονομαστικής αξίας 1 ευρώ εκάστης[78]. Η μετοχική σύνθεση της εταιρίας L’OREAL εμφανίζεται στον παρακάτω πίνακα.

Μετοχική σύνθεση της εταιρίας L’OREAL (2003-2016)				
ΜΕΤΟΧΟΙ	2003-2007	2008-2009	2010	2011-30.3.2016
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΣΥΝΟΛΟ	100%	100%	100%	100%

Πηγή: Εταιρία L’OREAL (Οι υπ’ αρ. πρωτ. 5615/20.9.2010, 8352/20.11.2014 και 2345/30.3.2016 επιστολές της εταιρίας).

41) Κατά το έτος 2010, η εταιρία διένειμε τις ακόλουθες κατηγορίες προϊόντων, κάνοντας χρήση όλων των διαθέσιμων καναλιών εμπορικής διανομής: α) Προϊόντα ευρείας κατανάλωσης (Consumer Products), β) Επαγγελματικά Προϊόντα (Professional Products), γ) Καλλυντικά Προϊόντα Πολυτελείας (Luxury Products), δ) Καλλυντικά Προϊόντα που διατίθενται μέσω Φαρμακείων (Active Cosmetics). Το έτος 2007 η L’OREAL απορρόφησε τις εταιρίες […] και […][79]. Από τότε και στο εξής η εν λόγω εταιρία διανέμει όλα τα ανωτέρω προϊόντα στην αγορά καλλυντικών στην Ελλάδα.

[73] Βλ. Παράρτημα Α της υπ’ αρ. πρωτ. 6117/30.09.2011 απαντητικής επιστολής της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS)..

[74] Βλ. Παράρτημα Α της υπ’ αρ. πρωτ. 6117/30.09.2011 απαντητικής επιστολής της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS και ΦΕΚ ΑΕ-ΕΠΕ 10323/27.09.2011.

[75] Βλέπε στη συνέχεια της παρούσας απόφασης (σελ. 136) την αποσαφήνιση που γίνεται, ειδικά το κεφάλαιο κεφάλαιο Θ.2.2 με τίτλο «Απαραίτητη διευκρίνιση ως προς τη L’ OREAL – εμπλεκόμενη η PLH».

[76] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 5615/20.9.2010 απαντητική επιστολή της εταιρίας L’OREAL.

[77] Βλ. Παράρτημα ΙΙ της υπ’ αρ. πρωτ 5615/20.9.2010 επιστολής της εταιρίας L’OREAL.

[78] Βλ. ΦΕΚ ΑΕ-ΕΠΕ 9431/07.09.2012.

[79] Η ως άνω συγχώνευση εγκρίθηκε στις 31 Δεκεμβρίου 2007 [ΦΕΚ 78/04.01.2008].

42) Το 2008, η […] εταιρία ελεγχόμενη από τη μητρική της L’OREAL, […] εξαγόρασε από τη «NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΩΝ Α.Ε.» το […] του μετοχικού κεφαλαίου της ελληνικής εταιρίας με την επωνυμία […] (εφεξής και […]). Το υπόλοιπο ποσοστό του […] στην εν λόγω εταιρία, το κατείχε ήδη η εταιρία […]. Συνεπώς, η […] έγινε η μοναδική μέτοχος με πλήρη έλεγχο της εταιρίας […]. Ως εκ τούτου, μετά και την ως άνω μεταβίβαση, η […] ανήκε πλήρως στον όμιλο εταιριών L’OREAL.

43) Το 2009, η L’OREAL απορρόφησε την […][80]. Από την ημερομηνία της συγχώνευσης και μετά, η […] διανέμει και τα εμπορικά σήματα που προηγουμένως διένειμε η […][81].

44) Κατά την υπό εξέταση περίοδο, η εταιρία L’OREAL δραστηριοποιείτο στην χονδρική εμπορία καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, αντιπροσωπεύοντας στην Ελλάδα τα προϊόντα των εταιριών παραγωγής καλλυντικών του εξωτερικού, συνάπτοντας μαζί τους συμβάσεις αποκλειστικής διανομής[82].

Γ.5. ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.

45) Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας είναι, βάσει καταστατικού, η εξής: «ΓΡΗΓΟΡΗΣ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΝΩΝΥΜΗ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ[83]». Έδρα της εταιρίας ορίζεται ο Δήμος Αμαρουσίου Αττικής. Σκοπός της εταιρίας ΣΑΡΑΝΤΗΣ[84] […].

46) Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ανέρχεται σε […] ευρώ και διαιρείται σε […] ονομαστικές μετοχές ονομαστικής αξίας […] ευρώ εκάστης.[85]

47) Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ είναι εισηγμένη στο ΧΑΑ. Κατά την περίοδο 2003-2013, η οικογένεια Σαράντη κατείχε, άμεσα ή έμμεσα, το […]% του μετοχικού κεφαλαίου, ενώ ποσοστό […]% ελεγχόταν από μικρομετόχους (ο καθένας με συμμετοχή μικρότερη του 5%). Το Μάρτιο του 2016, πλειοψηφών μέτοχος της ΣΑΡΑΝΤΗΣ ήταν η […] η οποία εδρεύει στη Λευκωσία και την οποία ελέγχουν από κοινού οι […]. Αναλυτικότερα, η μετοχική σύνθεση της εταιρίας κατά τα έτη 2003-2016 καταγράφεται στον κάτωθι πίνακα:

[…]															
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]									
[…]	[…]						[…]	[…]			[…]	[…]	[…]	[…]	
[…]	[…]						[…]		[…]	[…]					
[…]	[…]						[…]								
[…]								[…]							
[…]									[…]	[…]					
[…]	[…]						[…]	[…]	[…]						
[…]	[…]	[…]													
[…]	[…]	[…]													
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]									
[…]			[…]	[…]	[…]						[…]	[…]	[…]	[…]	
[…]										[…]					
[…]										[…]	[…]				
[…]							[…]	[…]	[…]						
[…]							[…]	[…]	[…]	[…]					
[…]												[…]	[…]	[…]	
[…]											[…]	[…]	[…]	[…]	
[…]												[…]	[…]	[…]	
[…]											[…]	[…]	[…]	[…]	
[…]												[…]	[…]	[…]	
[…]											[…]	[…]	[…]	[…]	
[…]											[…]	[…]	[…]		

[80] Η εν λόγω συγχώνευση εγκρίθηκε στις 31 Δεκεμβρίου 2009 [ΦΕΚ (Τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε.) 93/08.01.2010).

[81] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ 5615/20.9.2010 επιστολή της εταιρίας L’OREAL.

[82] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 6119/30.9.2011επιστολή της εταιρίας L’OREAL.

[83] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 2340/30.3.2016 επιστολή της εταιρίας ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

[84] Βλ. καταστατικό της εταιρίας (2009), ως σχετικό 2 της υπ’ αρ. πρωτ. 5610/20.09.2010 επιστολής (Σελ 1-2).

[85] ΦΕΚ ΑΕ-ΕΠΕ 2881/21.03.2014.

[…]											[…]			
[…]											[…]	[…]	[…]	[…]
[…]											[…]			
[…]														[…]
[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]

* Εταιρίες «συμφερόντων των Γρηγορίου, Κυριάκου και Αικατερίνης Σαράντη»[86] ,
** Στο ποσοστό της εταιρίας συμπεριλαμβάνεται η συμμετοχή σε επίπεδο δικαιωμάτων ψήφου των εταιριών […].
*** Στις στήλες 12,13,14 και 15 εμφανίζονται οι 10 κυριότεροι μέτοχοι της εταιρίας με βάση το μετοχολόγιο στην αρχή (πρώτη εργάσιμη ημέρα) κάθε έτους από το 2013 μέχρι το 2016.

Πηγή: Χρηματιστήριο Αθηνών (από Μεταβολές Συμμετοχών Μετόχων Εταιριών, οι οποίοι κατέχουν ποσοστό δικαιωμάτων ψήφου >5%) και οι υπ’ αριθμ. πρωτ. 2340/30.3.2016 και 3018/22.4.2016 επιστολές της ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

48) Η εταιρία ΣΑΡΑΝΤΗΣ δραστηριοποιείτο κατά την υπό κρίση περίοδο στη χονδρική εμπορία καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, διανέμοντας στην Ελλάδα τα προϊόντα των εταιριών παραγωγής καλλυντικών του εξωτερικού, συνάπτοντας μαζί τους συμβάσεις αποκλειστικής ή/και επιλεκτικής διανομής.

Γ.6. PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS A.E.B.E.

49) Η πλήρης επωνυμία της εταιρίας, βάσει καταστατικού, είναι «PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS ΑΝΩΝΥΜΟΣ ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΚΑΙ ΒΙΟΜΗΧΑΝΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΑ» με διακριτικό τίτλο «DIOR PARFUMS SA»[87]. Έδρα της εταιρίας ορίζεται ο Δήμος Αμαρουσίου Αττικής. Μεταξύ των σκοπών της εταιρίας, βάσει καταστατικού, περιλαμβάνεται […].[88]

50) Το μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ανέρχεται σε […] € και διαιρείται σε […] ονομαστικές μετοχές ονομαστικής αξίας […] ευρώ η κάθε μία.[89] «[…]»[90].

51) «Η PCD HELLAS αντιπροσωπεύει στην Ελλάδα μόνο τα καλλυντικά προϊόντα της γαλλικής εταιρίας PARFUMS CHRISTIAN DIOR S.A.... της οποίας αποτελεί έμμεση εξ ολοκλήρου ανήκουσα σε αυτή τη θυγατρική εταιρία. Με άλλα λόγια, πλην των προϊόντων Parfums Christian Dior, η εταιρία δεν διανέμει προϊόντα άλλων εμπορικών σημάτων». Τα εμπορικά σήματα που διένειμε η εταιρία κατά την υπό εξέταση περίοδο είναι FENDI (2007-2008) και PARFUMS CHRISTIAN DIOR[91].

Δ. ΥΠΟΒΛΗΘΕΙΣΕΣ ΕΝΣΤΑΣΕΙΣ

Δ.1. ΠΡΟΣΒΟΛΗ ΤΟΥ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΑΜΥΝΑΣ Ή ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΥΠΕΡΑΣΠΙΣΗΣ

52) Στα υπομνήματά τους[92], αλλά και στη συζήτηση ενώπιον της Επιτροπής, ορισμένες από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις ισχυρίστηκαν ότι, εν προκειμένω, θίγεται η αρχή της προστατευόμενης εμπιστοσύνης του διοικουμένου, αλλά και ότι προκαλείται σε αυτές δικονομική βλάβη εκ του γεγονότος ότι καλούνται κατ’ ουσίαν να απολογηθούν για αποδιδόμενες συμπεριφορές και πράξεις που έλαβαν χώρα προ δέκα ετών (από το 2006), ενώ η διαδικασία λαμβάνει χώρα το 2016. Υφίσταται, επομένως, κατά την άποψή τους, αντικειμενική αδυναμία αποτελεσματικής άμυνάς τους[93].

53) Ο εν λόγω ισχυρισμός είναι απορριπτέος ως αβάσιμος, κατά πρώτον διότι τα μέρη είχαν στη διάθεσή τους όλα τα πραγματικά και νομικά στοιχεία για την αντίκρουση των αποδιδόμενων παραβάσεων στο στάδιο της διοικητικής διαδικασίας, ενώ άσκησαν πλήρως και τα διαδικαστικά τους δικαιώματα κατά τις κείμενες διατάξεις. Επισημαίνεται καταρχήν ότι η εισήγηση στην προκειμένη περίπτωση βασίζεται, σε σημαντικό βαθμό, ιδίως (αλλά όχι μόνο) σε Εξώδικα που αντηλάγησαν μεταξύ των εμπλεκομένων επιχειρήσεων, τα οποία συντάχθηκαν σε ανύποπτο χρόνο, σε σχέση με την έρευνα της Επιτροπής Ανταγωνισμού[94] (contemporaneous documents in tempore non suspecto). Σημειώνεται ότι εξώδικο καλείται ένα έγγραφο το οποίο κοινοποιείται από φυσικό ή νομικό πρόσωπο σε κάποιο άλλο φυσικό ή νομικό πρόσωπο μέσω δικαστικού επιμελητή, με βεβαιωμένη ημερομηνία και ώρα παραλαβής, με σκοπό να αποδεικνύεται εγγράφως, μέσω της έκθεσης επίδοσης του Δικαστικού Επιμελητή, η οποία έκθεση συνιστά δημόσιο έγγραφο[95], ότι ο παραλήπτης έλαβε γνώση του συγκεκριμένου εγγράφου, προκειμένου να μην μπορεί να αμφισβητηθεί ούτε αφενός ότι ο ‘αποστολέας’ του εν λόγω εγγράφου δήλωσε τα όσα περιέχονται στο εξώδικο, αλλά και ούτε αφετέρου ότι ο ‘παραλήπτης’ του έλαβε γνώση αυτού. Για την αποστολή δε ενός εξωδίκου από

[86] Βλ. την υπ’ αριθμ. πρωτ. 5610/20.9.2010 επιστολή της ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

[87] Βλ. υπ’ αριθμ. πρωτ. 2375/30.3.2016 επιστολή της εταιρίας PCD HELLAS.

[88] Βλ. παράρτημα Δ της υπ’ αριθμ. πρωτ. 8368/20.11.2014 επιστολής της εταιρίας.

[89] Βλ. ΦΕΚ 1796/06.04.2011 και ΦΕΚ ΑΕ-ΕΠΕ 1796/06.04.2011.

[90] Βλ. σχετ. τις υπ’ αριθμ. πρωτ. 5468/10.09.2010 και 2375/30.3.2016 επιστολές της εταιρίας PCD HELLAS.

[91] Βλ. υπ’ αριθμ. πρωτ. 8368/20.11.2014 επιστολή της εταιρίας PCD HELLAS.

[92] Βλ. υπ’ αριθμ. πρωτ. 568/8.11.2016 υπόμνημα ΓΡ ΣΑΡΑΝΤΗΣ, υπ’ αριθμ. πρωτ. 570/8.11.2016 και 359/8.3.2017 υπόμνημα της LÓREAL, υπ’ αριθμ. πρωτ. 573/8.11.2016 υπόμνημα της ESTEE LAUDER, υπ’ αριθμ. πρωτ. 360/8.3.2017 υπόμνημα της PCD HELLAS καθώς και το απόσπασμα από τα πρακτικά της 93ης Συνεδρίασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού με ημερομηνία 28.11.2016.

[93] Βλέπε ιδίως υπόμνημα ESTEE LAUDER, παρ. 2.2 έως και 2.27, υπόμνημα ΣΑΡΑΝΤΗ παρ. 52 έως και 61.

[94] Η οποία ακολούθησε μερικούς μήνες αργότερα.

[95] Από τον συνδυασμό των διατάξεων των άρθρων 117, 139, 438 και 440 του ΚΠολΔ προκύπτει ότι η έκθεση επίδοσης που συντάσσει ο αρμόδιος δικαστικός επιμελητής συνιστά δημόσιο έγγραφο, το οποίο παρέχει πλήρη απόδειξη ως προς όσα βεβαιώνονται σ’ αυτήν ότι έγιναν από το δικαστικό επιμελητή, ή ενώπιον του. Βλέπε ενδεικτικά Π. Γέσιου-Φαλτσή, Δίκαιο Αποδείξεως, 3η έκδοση, Εκδ. Σάκκουλα, Αθήνα-Θες/κη, 1986, σελ. 285επ, με περαιτέρω παραπομπές σε σχετική βιβλιογραφία και νομολογία. Βλ. επίσης και ΑΠ 958/1975, ΑΠ 239/1977, ΑΠ 405/1977, ΑΠ 571/1977, ΑΠ 781/1978.

μία εταιρία προς μία άλλη, είναι γνωστό τοις πάσι ότι ο πληρεξούσιος δικηγόρος και συντάκτης αυτού συνεννοείται πρωτίστως με το νόμιμο εκπρόσωπο της εταιρίας/αποστολέα[96] για την οριστικοποίηση του περιεχόμενου του εξωδίκου, πριν την αποστολή του. Επομένως, στην εξεταζόμενη περίπτωση τα αποδεικτικά στοιχεία δεν συνίστανται, για παράδειγμα, σε απλές χειρόγραφες σημειώσεις - όπως έχει συμβεί σε άλλες περιπτώσεις διαπίστωσης καρτέλ - αλλά και σε έγγραφα κατά την πλήρη νομική έννοια του όρου.

54) Επιπροσθέτως, από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης και ειδικότερα από την υπ’ αρ. 3808/01.06.2016 Έκθεση του Εισηγητή προκύπτει πλήθος ηλεκτρονικών μηνυμάτων[97], για τα οποία παρασχέθηκε πρόσβαση στις εμπλεκόμενες και έχουσες έννομο συμφέρον προς τούτο εταιρίες[98]. Τα συγκεκριμένα μηνύματα καταδεικνύουν το εύρος της αποδιδόμενης παράβασης, η οποία σαφώς δεν ήταν στιγμιαία.

55) Επιπλέον, από ορισμένες εκ των εμπλεκομένων εταιριών ζητήθηκε πρόσβαση στο σκέλος της υπ’ αρ. 3808/01.06.2016 Έκθεσης του Εισηγητή που αφορούσε στις εταιρίες συμφερόντων Χόντου[99]. Όμως, όπως προκύπτει και από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, η ανωτέρω εισήγηση επιδόθηκε στα μέρη στις 13 Ιουλίου 2016. Ωστόσο, μετά την επίδοση της εισήγησης υποβλήθηκε αίτημα χωρισμού των υποθέσεων χονδρικής και λιανικής εκ μέρους των εταιριών συμφερόντων των αδελφών Χόντου, το οποίο και έγινε δεκτό από την Επιτροπή Ανταγωνισμού. Μάλιστα, ο πραγματοποιηθείς χωρισμός των υποθέσεων οδήγησε και στην έκδοση της υπ’ αρ. 636/2017 απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού[100]. Ως εκ τούτου, συνδυαστικά με τα ανωτέρω, όπως συνάγεται και από τις με πληρότητα αιτιολογημένες απαντήσεις του Προέδρου της Επιτροπής Ανταγωνισμού για πρόσβαση σε χωρία της Εισήγησης που αφορούσαν στο σκέλος της υπ’ αρ. 3808/01.06.2016 Έκθεσης αναφορικά με τις εταιρίες συμφερόντων Χόντου, ορθώς δεν εδόθη πρόσβαση, καθότι δεν υφίστατο προσβολή του δικαιώματος άμυνας των εταιριών που αιτήθηκαν την πρόσβαση.

56) Ως εκ τούτου, η άσκηση από μέρους των εμπλεκόμενων μερών των διαδικαστικών τους δικαιωμάτων κατά τις κείμενες διατάξεις υπήρξε πλήρης και καταδεικνύει ότι αυτά άσκησαν αποτελεσματικά τα δικαιώματα άμυνάς τους. Στο πλαίσιο αυτό, και πέραν των καταθέσεων ή/και μαρτυριών εκπροσώπων τους κατά την ακροαματική διαδικασία, οι οποίοι και είχαν ιδία αντίληψη πολλών από τα πραγματικά περιστατικά που μνημονεύονται στην εισήγηση, τα μέρη συγκέντρωσαν και προσκόμισαν και ανταποδείξεις, συμπεριλαμβανομένων οικονομικών στοιχείων, προς αντίκρουση των αποδιδόμενων παραβάσεων. Κατά δεύτερον, ο προαναφερόμενος ισχυρισμός είναι απορριπτέος ως αβάσιμος, δεδομένου ότι δεν συντρέχει εν προκειμένω περίπτωση τυχόν παρέλευσης υπερβολικού χρόνου για λόγους που αποδίδονται στη διενεργούσα την έρευνα διοικητική αρχή, και η οποία να είχε επίπτωση στην ικανότητα των επιχειρήσεων να αμυνθούν αποτελεσματικά[101]. Τουναντίον, η αυτεπάγγελτη έρευνα της ΓΔΑ στην κρινόμενη υπόθεση ξεκίνησε σχετικά άμεσα, και συγκεκριμένα μόλις λίγους μήνες από τότε που περιήλθαν για πρώτη φορά σε γνώση της υπηρεσίας πληροφορίες για καρτελική σύμπραξη χονδρεμπόρων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής δια του καθορισμού εκπτώσεων μέσω της καταγγελίας που υπέβαλε στις 24 Φεβρουαρίου 2006 η εκ των εμπλεκομένων εταιριών ΝΟΤΟΣ (και ενόσω συνεχιζόταν η παράβαση). Κατά συνέπεια, η Επιτροπή Ανταγωνισμού έδρασε εντός ευλόγου χρόνου στις περιστάσεις της κρινόμενης υπόθεσης και δεν τίθεται εν προκειμένω θέμα τυχόν προσβολής δικαιωμάτων άμυνας για λόγους που οφείλονται στο γεγονός ότι το στάδιο της διοικητικής διαδικασίας ήταν χωρίς εύλογη αιτία μακρό.

57) Σημειώνεται δε ότι από συγκεκριμένη εταιρία προβάλλεται ως επιχείρημα για την προσβολή του δικαιώματος άμυνας η αλλαγή από την πλευρά της του συστήματος μηχανογράφησης. Ειδικότερα, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αναφέρει χαρακτηριστικά στις παρ. 81 και 82 του υπομνήματός της[102] ότι «81. Το έτος 2009 κάναμε την μετάβαση της μηχανογράφησης και όλων των εφαρμογών μας από το σύστημα «AS/400» το οποίο χρησιμοποιούσαμε έως τότε στο σύστημα λογισμικού και οργάνωσης της μηχανογράφησης της εταιρίας μας με το σύστημα SAP. Θα πρέπει να σημειωθεί ότι το σύστημα SAP είναι τελείως διαφορετικό (μη συμβατό) με το σύστημα AS/400 το οποίο ήδη από το 2009 θεωρείτο απαρχαιωμένο. Ενδεικτικά και μόνο αναφέρεται ότι τα δύο συστήματα λειτουργούν σε διαφορετικό περιβάλλον ενώ έχουν τελείως διαφορετική γλώσσα προγραμματισμού. 82. Κατά την έναρξη λειτουργίας του συστήματος SAP έγινε απογραφή και έναρξη μεταφοράς, χωρίς τις αναλυτικές εγγραφές των παρελθόντων ετών[103], δηλαδή μέχρι και 31/12/2008.». Όμως, θα ήταν υπερβολικό αυτή η μεταβολή μηχανογραφικού συστήματος που μεσολάβησε 17 μήνες περίπου μετά την έφοδο της ΓΔΑ στα γραφεία της εν λόγω εταιρίας να καταλογίζεται στην Επιτροπή Ανταγωνισμού ως προσβολή του δικαιώμα-

[96] Και όχι προφανώς με έναν (απλό) υπάλληλο αυτής.

[97] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 3808/1.6.2017 έκθεση του εισηγητή Ν. Ζευγώλη, ιδίως παρ. 333-334, 376, 378-386, 388, 390, 392-402, 404, 406-409, 415.

[98] Βλ. κατωτέρω υπό ενότητα Δ.4, παρ. 80) επ., όπου γίνεται αναλυτική παράθεση της αλληλογραφίας ανάμεσα στις εμπλεκόμενες εταιρίες και την ΓΔΑ / ΕΑ, αναφορικά με τη διαδικασία της πρόσβασης στο φάκελο της υπόθεσης.

[99] Βλέπε, ενδεικτικά λόγου χάριν, παρ. 57επ. υπομνήματος ΣΑΡΑΝΤΗ, καθώς και παρ. 2.24 υπομνήματος ESTEE LAUDER.

[100] Πρόκειται για την 1η απόφαση Διευθέτησης που εξέδωσε η Επιτροπή Ανταγωνισμού, μετά τη θέση σε ισχύ του άρθρου 25α του ν. 3959/2011, με το άρθρο 105 του ν. 4389/2016 [ΦΕΚ 755/Τεύχος 2ο, 09.03.2017].

[101] Βλ. ενδεικτικά, απόφαση ΠΕΚ Τ-60/05 UFEX κατά Επιτροπής, παρ. 56-57: κατά πάγια νομολογία, για να αποδειχθεί προσβολή των δικαιωμάτων άμυνας, περιλαμβανομένης της προσβολής λόγω της υπερβολικής διάρκειας του ερευνητικού σταδίου, θα πρέπει να αποδειχθεί ότι η δυνατότητα της επιχείρησης να αντικρούσει τις αιτιάσεις της αρχής ανταγωνισμού όντως περιορίστηκε για λόγους που οφείλονται στο γεγονός ότι το πρώτο στάδιο της διοικητικής διαδικασίας ήταν χωρίς εύλογη αιτία μακρό. Βλ. και ΔΕφΑθ 3793/2012, παρ. 21.

[102] Βλ. υπόμνημα ΣΑΡΑΝΤΗΣ, με αρ. πρωτ. 568/8.11.2016.

[103] Έμφαση δίδεται από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

τος άμυνας της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, αφού καθίσταται σαφές ότι ακόμη και αν προς το τέλος του 2009 είχε αποσταλεί η υπ’ αρ. 3808/01.06.2016 Έκθεση στα εμπλεκόμενα μέρη, οι αναλυτικές εγγραφές των παρελθόντων ετών για τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ (ήτοι οι προ της 31/12/2008 εγγραφές) με τη μετάβαση της μηχανογράφησης της εν λόγω εταιρίας στο σύστημα SAP θα είχαν ούτως ή άλλως εξαφανιστεί με την εφαρμογή του νέου συστήματος, όπως προκύπτει από τα λεγόμενα της ίδιας της εταιρίας. Επίσης, μολονότι γενική αναφορά στο σύστημα SAP έκανε και ο μάρτυρας της Estee Lauder […][104], περισσότερες λεπτομέρειες δεν παρείχε σχετικά[105], ούτε και προβλήθηκαν τέτοιες στο σχετικό Συμπληρωματικό Υπόμνημα της Estee Lauder[106], όπου δεν γίνεται κάποια αναφορά στο σύστημα SAP. Υπογραμμίζεται τέλος ότι παρόμοιο ισχυρισμό προέβαλε η μάρτυρας της L’ Oreal […], η οποία επί λέξει ανέφερε στον κατάθεσή της[107] ότι «Για να γίνει χρήση αυτού του μηχανήματος που καταγράφει τις πωλήσεις, χρειάζεται να γίνει έναρξη βάρδιας με κωδικό εργαζόμενου, ξεχωριστό για τον καθένα, και να γίνει και λήξη βάρδιας. Εκείνη την εποχή, λοιπόν, με το σύστημα που είχαμε καταγράφαμε την έναρξη βάρδιας και τη λήξη της κάθε αισθητικού. Αυτό το ηλεκτρονικό αρχείο έχει αλλάξει από το 2008 που έγινε η μετακόμιση και η απορρόφηση της Ρ. ΕΛΛΑΣ απ’ τη L’ Oreal, έχει αλλάξει σαν εργαλείο και δεν υφίστανται αυτά τα αρχεία δυστυχώς.».

58) Τέλος, η προβληθείσα ένσταση περί προσβολής του δικαιώματος άμυνας ή του δικαιώματος υπεράσπισης είναι απορριπτέα και ως αόριστη, καθόσον βασίζεται σε αφηρημένους και αόριστους ισχυρισμούς, χωρίς οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις να τεκμηριώνουν τις αιτιάσεις τους περί (δήθεν) αδυναμίας αντίκρουσης συγκεκριμένων αποδεικτικών στοιχείων, παρότι έφεραν το σχετικό βάρος απόδειξης[108].

Δ.2. ΕΝΣΤΑΣΗ ΠΑΡΑΓΡΑΦΗΣ

59) Όλες οι εμπλεκόμενες εταιρίες προέβαλαν την ένσταση παραγραφής[109]. Σχετικά επισημαίνονται τα εξής: Στην εξεταζόμενη περίπτωση εφαρμόζεται η μεταβατική διάταξη του άρθρου 50 παρ. 6 του ν. 3959/2011, και όχι αυτή του άρθρου 42. Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη διάταξη, «[η] παραγραφή του άρθρου 42 καταλαμβάνει και τις παραβάσεις που έχουν τελεστεί πριν την έναρξη ισχύος του παρόντος νόμου και δεν έχουν αποτελέσει αντικείμενο καταγγελίας ή αυτεπάγγελτης έρευνας ή αιτήματος έρευνας του Υπουργού Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας.». Από τη γραμματική και τελεολογική ερμηνεία της εν λόγω διάταξης a contrario προκύπτει ότι η παραγραφή του άρθρου 42 δεν καταλαμβάνει και τις παραβάσεις που έχουν μεν τελεστεί πριν την έναρξη ισχύος του νόμου 3959/2011, αλλά έχουν ήδη (δηλαδή πριν την έναρξη ισχύος του νόμου 3959/2011) αποτελέσει αντικείμενο καταγγελίας ή αυτεπάγγελτης έρευνας, όπως συμβαίνει στην υπό κρίση περίπτωση.

60) Επιπλέον, όλες οι εμπλεκόμενες εταιρίες επικαλέστηκαν την κρίση του Συμβουλίου της Επικρατείας στην υπ’ αρ. 1976/2015 απόφασή του, προκειμένου εκεί να βασίσουν την άποψή τους περί παραγραφής. Ωστόσο, ως προς τη βασιμότητα του συγκεκριμένου ισχυρισμού, επισημαίνεται ότι από την ανάγνωση και μόνο της παρ. 9 της εν λόγω απόφασης και ιδίως των τελευταίων αυτής εδαφίων, προκύπτει ότι στην εξεταζόμενη περίπτωση δεν συντρέχουν οι προϋποθέσεις που όρισε στην ως άνω υπ’ αρ. 1976/2015 απόφασή του το ΣτΕ για παραγραφή, αφού καταρχήν στην εξεταζόμενη περίπτωση, μεταξύ του χρόνου παύσης της χρονικώς τελευταίας παράβασης και του χρονικού σημείου έναρξης διερεύνησης της υπόθεσης από την Επιτροπή Ανταγωνισμού δεν υπάρχει χρονική διαφορά, δεδομένου ότι καταγγελία και έρευνα της ΓΔΑ έγιναν/εκκίνησαν αμφότερες το 2006 με λίγους μόνο μήνες χρονικής διαφοράς μεταξύ τους. Επομένως, στην υπό εξέταση περίπτωση δεν έχει παρέλθει χρόνος και μάλιστα δεκαετίας, που αντιμετώπισε η απόφαση του ΣτΕ. Επιπλέον, είναι σαφές, με βάση τους χρόνους που κινήθηκε η παρούσα διαδικασία από πλευράς Επιτροπής, ότι η παρούσα επίμαχη πράξη της Επιτροπής Ανταγωνισμού, η οποία εκδίδεται στις 6 Απριλίου 2017, δεν εκδίδεται σε διάστημα, «πολύ πέραν της δεκαετίας (από την παύση της παράβασης)» όπως επί λέξει αναφέρεται στην εν λόγω απόφαση του ΣτΕ[110]. Αντίθετα με την εξεταζόμενη περίπτωση, σε εκείνη της ΣτΕ 1976/2015, «η ένδικη καταγγελία υποβλήθηκε στην Επιτροπή Ανταγωνισμού το έτος 1995 και η διερεύνηση της υποθέσεως άρχισε δέκα έτη μεταγενέστερα»[111]. Η δε απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού (υπόθεση ΛΑΒΑ) που ακυρώθηκε με την υπ’ αρ. 1976/2015 ΣτΕ, εκδόθηκε στις 03.03.2011 (517/VI/2011). Δηλαδή, από την παύση της παράβασης (1995) μέχρι την έκδοση της απόφασης της ΕΑ (2011) μεσολάβησαν 16 χρόνια, διάστημα που το ΣτΕ θεωρεί ότι βαίνει «πολύ πέραν της δεκαετίας (από την παύση της παράβασης)». Επομένως, διαφοροποιούνται εντελώς οι δύο περιπτώσεις.

61) Πέραν των ανωτέρω, υπογραμμίζονται σχετικά και τα κάτωθι: η θεσμική και δικονομική αυτονομία των κρατών μελών, αλλά και η γενική αρχή της ασφάλειας

104 Βλέπε σελ. 110 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016.

105 Ο εν λόγω μάρτυρας ανέφερε επί λέξει τα εξής: «Εάν χρειαστεί θα προσπαθήσω να βρω, γιατί έχουμε αλλάξει και το σύστημα το μηχανογραφικό. Έχουμε μεταφερθεί σε SAP περιβάλλον. Στοιχεία θα πρέπει να ζητήσω να τα ανακαλέσουν. Δεν ξέρω σε τι βάθος, αλλά φυσικά. Η εμπορική πολιτική της Estee Lauder όλα τα χρόνια, και το χρόνο που συζητάμε, ήταν συγκεκριμένη».

106 Με αρ. πρωτοκ. 362/08.03.2017.

107 Βλέπε σελ. 36 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016.

108 Βλ. αναλ. απόφαση ΠΕΚ Τ-405/06 ArcelorMittal κλπ. κατά Επιτροπής, παρ. 167. Βλ. και ΔΕΚ C- 113/04 P Technische Unie BV κατά Επιτροπής, παρ. 61-69 (οι οποίες, όμως, και πάλι προϋποθέτουν υπερβολική διάρκεια της ερευνητικής διαδικασίας για λόγους που αποδίδονται στη διοικητική αρχή, γεγονός που δεν συντρέχει εν προκειμένω).

109 Βλ. υπομνήματα NOTOS (αρ. πρωτ. 566/8.11.2016), ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ (568/8.11.2016 και 358/8.3.2017), PCD HELLAS (569/8.11.2016 και 360/8.3.2017), LÓREAL (570/8.11.2016 και 359/8.3.2017), ESTEE LAUDER (573/8.11.2016 και 362/8.3.2017) καθώς και προσθήκες ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ (618/18.11.2016) και PCD HELLAS (619/18.11.2016) καθώς και τα αποσπάσματα από τα πρακτικά της 93ης και 101ης Συνεδρίασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού με ημερομηνίες 28.11.2016 και 6.12.2016 αντίστοιχα.

110 Βλέπε σελ. 10-11 της υπ’ αρ. 1976/2015 απόφασης ΣτΕ.

111 Βλέπε σελ. 9 της υπ’ αρ. 1976/2015 απόφασης ΣτΕ.

δικαίου εμποδίζουν την ευθεία ή αναλογική εφαρμογή από τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού των διατάξεων ενός ενωσιακού Κανονισμού που αναφέρονται στην προθεσμία παραγραφής (είτε πρόκειται πχ για τον Κανονισμό 1/2003, είτε πρόκειται για τον Κανονισμό 2988/1974).

62) Στο άρθρο 25 του Κανονισμού 1/2003 του Συμβουλίου ΕΕ[112] ρυθμίζεται το ζήτημα της παραγραφής της εξουσίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για επιβολή κυρώσεων, ήτοι προστίμων και χρηματικών ποινών επί παραβάσεων που μνημονεύονται στη διάταξη αυτή, μεταξύ των οποίων συγκαταλέγονται πρωτίστως οι παραβάσεις των ουσιαστικών διατάξεων των άρθρων 101 και 102 (πρώην 81 και 82 ΣυνθΕΚ) της Συνθήκης για τη λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (ΣΛΕΕ) για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού. Με τις διατάξεις του άρθρου 25 του ως άνω Κανονισμού δεν εισάγεται ενιαία- ομοιόμορφη ρύθμιση του ζητήματος της παραγραφής, αναφορικά και με την αντίστοιχη εξουσία των εθνικών αρχών ανταγωνισμού για επιβολή προστίμων επί παραβάσεων των ως άνω κοινοτικών κανόνων του ανταγωνισμού. Τίθεται, συνεπώς, το ερώτημα εάν και σε ποιο βαθμό οι περί παραγραφής ρυθμίσεις ενός ενωσιακού Κανονισμού, ιδίως δε αυτές που αναφέρονται στην προθεσμία της παραγραφής και στην διακοπή της, μπορούν να επηρεάσουν, καθ’ οιονδήποτε τρόπο, και την κατά χρόνο αρμοδιότητα των εθνικών αρχών, όταν αυτές καλούνται να εφαρμόσουν τις κοινοτικές διατάξεις του ανταγωνισμού[113].

63) Θα πρέπει βεβαίως να επισημανθεί ότι ο Κανονισμός 1/2003 αναγνωρίζει υπερέχουσα θέση στη Ευρωπαϊκή Επιτροπή, αφού οι αποφάσεις των εθνικών αρχών ανταγωνισμού δεν θα πρέπει να συγκρούονται με προηγούμενη απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στην ίδια υπόθεση[114], ενώ τα εθνικά δικαστήρια δεν μπορούν, όταν κρίνουν πρακτικές επιχειρήσεων, δυνάμει των ενωσιακών διατάξεων, να λαμβάνουν αποφάσεις που συγκρούονται με απόφαση που έχει ήδη λάβει σχετικώς η Ευρωπαϊκή Επιτροπή ή που ενδέχεται να συγκρουσθούν με απόφαση που επίκειται να λάβει η Ευρωπαϊκή Επιτροπή στο πλαίσιο διαδικασίας που έχει ήδη κινήσει[115]. Επίσης, στο μέτρο που η Ευρωπαϊκή Επιτροπή είναι σε θέση με απόφασή της να ανατρέψει ακόμα και τελεσίδικη απόφαση εθνικού δικαστηρίου, μπορεί κατά μείζονα λόγο να ανατρέψει εκ των υστέρων και μία αντίθετη απόφαση της εθνικής αρχής ανταγωνισμού επί της ίδιας υποθέσεως. Όπως χαρακτηριστικά έχει αναφερθεί στη θεωρία, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δύναται να λειτουργήσει εν τοις πράγμασι ως «αναθεωρητικό όργανο» των αποφάσεων των εθνικών αρχών[116]. Κάτι τέτοιο πάντως δεν ισχύει στην εξεταζόμενη περίπτωση.

64) Η παραγραφή του άρθρου 25 παρ. 1 του Κανονισμού δεν αφορά στην εξουσία της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για διαπίστωση της παράβασης των άρθρων 101 ή 102 της ΣυνθΛΕΕ, σύμφωνα με το άρθρο 7 παρ. 1 του Κανονισμού 1/2003, η οποία δεν συνιστά κύρωση, κατά την έννοια των άρθρων 23 και 24 του συγκεκριμένου Κανονισμού[117]. Το απαράγραπτο της εξουσίας αυτής της Ευρωπαϊκής Επιτροπής έχει μεγάλη πρακτική σημασία στις περιπτώσεις που αυτή καλείται να διαπιστώσει μία παράβαση των άρθρων 101 ή/και 102 ΣΛΕΕ, η οποία έχει διαπραχθεί στο παρελθόν και ενδεχομένως έχει παρέλθει από την τέλεση ή την παύση της (αν αυτή είναι διαρκής ή κατ’ εξακολούθηση) η οριζόμενη στον Κανονισμό πενταετής προθεσμία παραγραφής για την επιβολή προστίμων ή χρηματικών ποινών. Όπως νομολογιακά έχει κριθεί, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή μπορεί να λαμβάνει απόφαση διαπιστώνοντας παράβαση, την οποία έχει ήδη παύσει η εμπλεκόμενη επιχείρηση, υπό την προϋπόθεση ότι το θεσμικό όργανο έχει έννομο συμφέρον προς τούτο. Αυτό συμβαίνει πρωτίστως στις περιπτώσεις εκείνες που υφίσταται κίνδυνος επανάληψης της παράβασης από τον αποδέκτη της απόφασης ή ακόμα και στις περιπτώσεις εκείνες που η υπόθεση θέτει ζητήματα των οποίων η διευκρίνιση είναι αναγκαία για χάρη της προστασίας του ενωσιακού συμφέροντος του ανταγωνισμού[118]. Σημειώνεται ότι η ρητή κατά τα ανωτέρω θέσπιση της προθεσμίας παραγραφής από τον Ενωσιακό Νομοθέτη ανταποκρίνεται στις επιταγές προηγούμενης νομολογίας του ΔΕΚ, το οποίο υπογράμμισε την ανάγκη ρητής εκ των προτέρων νομοθετικής πρόβλεψης της προθεσμίας παραγραφής και των λεπτομερειών εφαρμογής της, προκειμένου η παραγραφή να εκπληρώνει την κύρια αποστολή της, η οποία συνίσταται στην εγγύηση της ασφάλειας δικαίου[119].

65) Από την γραμματική ερμηνεία της διάταξης του άρθρου 25 παρ. 1 του Κανονισμού 1/2003 συνάγεται πέραν πάσης αμφιβολίας ότι η συγκεκριμένη διάταξη ρυθμίζει αποκλειστικά και μόνο την προθεσμία παραγραφής της εξουσίας της Ευρωπαϊκής Επιτροπής προς επιβολή κυρώσεων για παραβάσεις των ευρωπαϊκών κανόνων του ανταγωνισμού και όχι το απολύτως διακριτό ζήτημα της «παραγραφής» της αντίστοιχης εξουσίας των εθνικών αρχών ανταγωνισμού, όταν επιλαμβάνονται περιοριστικών του ανταγωνισμού πρακτικών. Το ζήτημα καθίσταται περισσότερο σύνθετο στην περίπτωση εκείνη που η αρμόδια εθνική αρχή καλείται να εφαρμόσει σε μία περιοριστική του ανταγωνισμού πρακτική, πέραν των εθνικών και τους ενωσιακούς κανόνες του ανταγωνισμού (όπως δηλαδή στην εξεταζόμενη περίπτωση), επειδή η ελεγχόμενη πρακτική επηρεάζει το ενδοενωσιακό εμπόριο, με την έννοια των σχετικών ενωσιακών διατάξεων. Το ζήτημα της «παραγραφής» της αντίστοιχης εξουσίας των εθνικών αρχών ανταγωνισμού, ακόμα και αν αυτή (η εξουσία) ασκείται στο πλαίσιο του ελέγχου παραβάσεων του ευρωπαϊκού δικαίου, καταλείπεται στην αρμοδιότη-

[112] ΕΕ L 1, 04.01.2003, σελ. 1-25.

[113] Ad hoc για το ζήτημα, βλ. Γ. Καρύδη, Το ζήτημα της «παραγραφής» κατά τον Κανονισμό 1/2003 του Συμβουλίου ΕΕ και η εξουσία των εθνικών αρχών ανταγωνισμού για επιβολή προστίμων επί παραβάσεων του κοινοτικού δικαίου του ανταγωνισμού, ΔΕΕ 1/2011, σελ. 23.

[114] Βλέπε άρθρο 16 παρ. 2 του Κανονισμού.

[115] Βλέπε άρθρο 16 παρ. 1 του Κανονισμού.

[116] Βλ. σχετικά Γ. Καρύδη, ό.π., καθώς επίσης και Ε.Π. Λιάσκο, Ο Κανονισμός (ΕΚ) 1/2003 του Συμβουλίου για την εφαρμογή των κανόνων του ανταγωνισμού των άρθρων 81 και 82: Η μεγάλη πρόκληση για τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού και τα εθνικά δικαστήρια, ΧρΙΔ/2004, ιδίως σελ. 597.

[117] Πρβλ. απόφαση Sumitomo Chemicals Ltd, T-22/02 και 23/02, παρ. 60 και 61.

[118] Βλ. απόφαση GVL κατά Επιτροπής, 7/82, παρ. 24-28.

[119] Βλ. ACI Chemiefarma/Commission, 41/69, παρ. 18.

τα των κρατών μελών, σύμφωνα με την γενική αρχή της θεσμικής και δικονομικής αυτονομίας, η οποία διέπει την δράση των αρμόδιων διοικητικών αρχών (αλλά και των εθνικών δικαστηρίων) κατά την επιβολή κυρώσεων για παραβάσεις των ενωσιακών εν γένει διατάξεων[120] και συναφώς και των διατάξεων του ανταγωνισμού[121].

66) Η ανωτέρω αρχή της δικονομικής αυτονομίας, μολονότι δεν προκύπτει άμεσα από τον Κανονισμό 1/2003, εν τούτοις, έμμεσα τουλάχιστον, επιβεβαιώνεται από ορισμένες διατάξεις του. Ειδικότερα επισημαίνονται τα εξής: το άρθρο 5, στο οποίο ορίζονται οιαρμοδιότητες των εθνικών αρχών ανταγωνισμού για την εφαρμογή των κοινοτικών διατάξεων, αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι αυτές είναι αρμόδιες «για την επιβολή προστίμου, χρηματικής ποινής ή κάθε άλλης κύρωσης προβλεπόμενης από την εθνική τους νομοθεσία». Επιπροσθέτως, σύμφωνα με το άρθρο 35 του ίδιου Κανονισμού, τα κράτη μέλη είναι εκείνα που έχουν την αρμοδιότητα ορισμού της αρχής ή των αρχών που είναι αρμόδιες για την εφαρμογή των άρθρων 81 και 82 (ήδη 101, 102 ΣυνθΛΕΕ) και οι οποίες δύνανται μεταξύ άλλων να επιβάλουν κυρώσεις. Από τις εν λόγω διατάξεις, εμμέσως πλην σαφώς, συνάγεται ότι η διαδικασία και οι εξουσίες των εθνικών αρχών προς εφαρμογή των ενωσιακών διατάξεων του ανταγωνισμού ορίζονται από την αντίστοιχη εθνική έννομη τάξη, δυνάμει της οποίας συγκροτούνται και λειτουργούν οι εν λόγω αρχές. Είναι δε σαφές, όπως άλλωστε συμβαίνει και στην εξεταζόμενη περίπτωση, ότι η κατά χρόνο οριοθέτηση της αρμοδιότητας της εκάστοτε εθνικής αρχής ανταγωνισμού, αναφορικά με την άσκηση των ελεγκτικών αρμοδιοτήτων της για την καταστολή παραβάσεων του ευρωπαϊκού δικαίου του ανταγωνισμού και συναφώς και για την επιβολή κυρώσεων, συνιστά κανόνα «δικονομικής» φύσης οριζόμενο από την εθνική έννομη τάξη, ελλείψει κοινοτικής εναρμόνισης στο ζήτημα αυτό. Δεν τίθεται συνεπώς ζήτημα άμεσης και ευθείας εφαρμογής του άρθρου 25 παρ. 1 του Κανονισμού 1/2003 από την εθνική αρχή ανταγωνισμού κατά τον έλεγχο παραβάσεων του ενωσιακού δικαίου. Οι εφαρμοζόμενοι κανόνες που διέπουν το ζήτημα της «παραγραφής» είναι εθνικής προέλευσης κανόνες, τουλάχιστον στο μέτρο και στο βαθμό που δεν υπάρχει, η επιθυμητή σε κάθε περίπτωση, ευρωπαϊκή εναρμόνιση[122].

67) Μολονότι η αρχή της θεσμικής και δικονομικής αυτονομίας περιστέλλεται από τις γενικές αρχές του ενωσιακού δικαίου και τους κανόνες που νομολογιακά έχουν διαμορφωθεί, οριοθετούμενη δηλαδή από την αρχή της ισοδυναμίας, τη γενική αρχή της αποτελεσματικής διασφάλισης του δημοσίου συμφέροντος του ανταγωνισμού, αλλά και το σεβασμό της γενικής αρχής της ασφάλειας δικαίου[123], εντούτοις δεν υφίσταται δυνατότητα άμεσης ή αναλογικής εφαρμογής της διάταξης του άρθρου 25 παρ. 1 του Κανονισμού 1/2003, αλλά ούτε και υποχρέωση εφαρμογής της διάταξης αυτής από την εθνική αρχή ανταγωνισμού. Αυτό πρακτικά σημαίνει ότι οι εθνικές αρχές στις περιπτώσεις που επιβάλλουν κυρώσεις-πρόστιμα για παραβάσεις του ευρωπαϊκού δικαίου του ανταγωνισμού, οφείλουν να εφαρμόζουν ανάλογους -ισοδύναμους κανόνες με αυτούς που ισχύουν στην εσωτερική έννομη τάξη, αναφορικά με την κατά χρόνο οριοθέτηση της εξουσίας τους για επιβολή προστίμων ή αντίστοιχων κυρώσεων επί παραβάσεων του εθνικού δικαίου του ανταγωνισμού. Οι εθνικοί αυτοί κανόνες θα παραμένουν ανεφάρμοστοι, μόνο αν καθιστούν αδύνατη ή υπερβολικά δυσχερή την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού, ήτοι δεν διασφαλίζουν την αποτελεσματική τήρηση των ενωσιακών κανόνων του ανταγωνισμού με την επιβολή αποτρεπτικών και

[120] Για την θεσμική και δικονομική αυτονομία των διοικητικών αρχών και δικαστηρίων κατά την εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου, πρβλ. G. Isaak, Droit Communautaire general, Armand Colin 1997, σελ. 196 και επ. και ειδικά σελ. 208-216. Επιπλέον, ειδικά ως προς την εξουσία των διοικητικών αρχών για επιβολή κυρώσεων επί παραβάσεων του κοινοτικού δικαίου, αλλά και τα όρια της εξουσίας αυτής, βλ. ιδίως απόφαση ΔΕΚ 21.9.1989, Επιτροπή κατά Ελλάδος, υπόθεση 68/1988, Συλλ. 1989, σελ. 2979. Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη απόφαση [παρ. 22-25], «οσάκις η κοινοτική κανονιστική ρύθμιση δεν περιέχει καμία ειδική διάταξη προβλέπουσα κύρωση σε περίπτωση παραβάσεως ή παραπέμπει σχετικώς στις εθνικές νομοθετικές, κανονιστικές και διοικητικές διατάξεις, το άρθρο 5 της Συνθήκης επιβάλλει στα κράτη μέλη να λαμβάνουν κάθε μέτρο κατάλληλο να εξασφαλίζει την εφαρμογή και την αποτελεσματικότητα του κοινοτικού δικαίου. Προς τούτο, τα κράτη μέλη, διατηρώντας πάντως το δικαίωμα επιλογής των κυρώσεων, υποχρεούνται ιδίως να μεριμνούν ώστε για τις παραβιάσεις του κοινοτικού δικαίου να επιβάλλονται κυρώσεις υπό προϋποθέσεις, ουσιαστικές και διαδικαστικές, ανάλογες με τις ισχύουσες για τις παραβιάσεις του εθνικού δικαίου παρόμοιας φύσης και σημασίας και, εν πάση περιπτώσει, προσδίδουσες στην κύρωση αποτελεσματικό, ανάλογο και αποτρεπτικό χαρακτήρα. Εξάλλου, οι εθνικές αρχές οφείλουν να ενεργούν, προκειμένου περί παραβιάσεων του κοινοτικού δικαίου, με την ίδια επιμέλεια που καταβάλλουν κατά την εφαρμογή των αντιστοίχων εθνικών νομοθεσιών».

[121] Γενικά υπέρ της ισχύος της αρχής της θεσμικής και δικονομικής αυτονομίας κατά την εφαρμογή των ενωσιακών κανόνων του ανταγωνισμού, βλ. υπόθεση C-60/1992, παρ. 14 επ. Υπέρ της εν γένει εφαρμογής της αρχής της θεσμικής και διαδικαστικής αυτονομίας στα πλαίσια της αποκεντρωμένης εφαρμογής του κοινοτικού δικαίου του ανταγωνισμού, βλ. Ε. Κινινή, Η ενίσχυση των ερευνητικών εξουσιών της Επιτροπής με τον Κανονισμό (ΕΚ) αριθμ. 1/2003 και τα δικαιώματα υπεράσπισης των επιχειρήσεων, ΔΕΕ 7/2004,σελ. 734επ. καθώς και Ε.Π. Λιάσκο, Ο Κανονισμός (ΕΚ) 1/2003 του Συμβουλίου για την εφαρμογή των κανόνων του ανταγωνισμού των άρθρων 81 και 82: Η μεγάλη πρόκληση για τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού και τα εθνικά δικαστήρια, ΧρΙΔ/2004, σελ. 590. Ειδικά ως προς ζήτημα της παραγραφής βλ. L. Idot, Concurrence, RTDE 2003, σελ. 324 και επ. και ειδικά σελίδα 327, σημείο 124, όπου αναφέρεται ότι η εφαρμογή της αρχής της θεσμικής και διαδικαστικής αυτονομίας στο θεσμό της παραγραφής, που βρίσκεται, κατά την άποψη της συγγραφέως, στο μεταίχμιο ουσίας και διαδικασίας, μπορεί άμεσα να δημιουργήσει προβλήματα στην ομοιόμορφη εφαρμογή του κοινοτικού δικαίου. Επιλέον, υπέρ της εφαρμογής του εθνικού δικαίου στην «παραγραφή» της εξουσίας των εθνικών αρχών προς επιβολή διοικητικών κυρώσεων για παραβάσεις του ευρωπαϊκού δικαίου βλ. Γ. Καρύδη, Ευρωπαϊκό Δίκαιο Συναλλαγών, 2012, σελ. 328.

[122] Βλ. Γ. Καρύδη, Ευρωπαϊκό Δίκαιο Συναλλαγών, ό.π.

[123] Η υποχρέωση της διασφάλισης της πλήρους αποτελεσματικότητας του ευρωπαϊκού δικαίου απορρέει και από την υποχρέωση πίστης των κρατών μελών που απορρέει από το πρώην άρθρο 10 της ΣυνθΕΚ, ήδη άρθρο 4 παρ. 3 ΣυνθΕΕ. Βλέπε σχετικά (ενδεικτικά μόνο) και Επιτροπή κατά Ελλάδος, υπόθεση 68/88, ό.π.

αποτελεσματικών κυρώσεων[124]. Η παραγραφή αποτελεί ένα ιδιαίτερα ευαίσθητο ζήτημα που συνδέεται αναπόσπαστα με την γενική αρχή της ασφάλειας δικαίου των επιχειρήσεων[125]. Η αρχή αυτή απαιτεί σαφήνεια ρυθμίσεων και αντιβαίνει στην κατ’ αναλογία εφαρμογή του άρθρου 25 παρ. 1 του Κανονισμού από τις εθνικές αρχές, ιδίως όταν υφίσταται στην εθνική έννομη τάξη διαφορετική ρύθμιση ως προς τα χρονικά όρια της εξουσίας τους για επιβολή κυρώσεων επί αναλόγων παραβάσεων του εθνικού δικαίου του ανταγωνισμού, όπως συμβαίνει στην εξεταζόμενη περίπτωση με την εφαρμογή της διάταξης του άρθρου 50 παρ. 6 του ν. 3959/2011. Συνεπώς, η διάταξη του άρθρου 25 παρ. 1 του Κανονισμού δεν εμποδίζει την εκάστοτε εθνική αρχή ανταγωνισμού να εφαρμόσει τους εθνικούς δικονομικούς κανόνες, έστω και αν οι τελευταίοι προβλέπουν τυχόν διαφοροποιημένη (βραχύτερη ή μακρύτερη) προθεσμία παραγραφής, σε σχέση με την οριζόμενη στο άρθρο 25 παρ. 1 του Κανονισμού προθεσμία[126]. Αυτό ακριβώς συμβαίνει και στην εξεταζόμενη περίπτωση με την εφαρμογή της διάταξης του άρθρου 50 παρ. 6 του ν. 3959/2011[127].

Δ.3 ΕΝΣΤΑΣΗ ΓΙΑ ΑΠΟΣΠΑΣΜΑΤΙΚΟ/ΜΗ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΟ ΧΑΡΑΚΤΗΡΑ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ ΤΗΣ ΕΠΙΤΡΟΠΗΣ

68) Οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις προέβαλαν το επιχείρημα ότι η έρευνα της ΓΔΑ για την υπό εξέταση υπόθεση ήταν μη συστηματική/αποσπασματική[128]. Σχετικά υπογραμμίζονται τα εξής: Γίνεται δεκτό ότι οι πράξεις διερεύνησης της υπόθεσης από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή ή τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού κατατείνουν στην αναζήτηση παραβατικών συμπεριφορών και συνεπώς εξ ορισμού, σε αντίθεση με τις πράξεις δίωξης, δεν οριοθετούν ούτε χαρακτηρίζουν παραβατικές συμπεριφορές[129]. Κάτι τέτοιο άλλωστε, εάν συνέβαινε, θα ήταν μη συμβατό με τον «διερευνητικό» χαρακτήρα των εν λόγω πράξεων. Άλλωστε, δεν προκύπτει από τις σχετικές διατάξεις του Κανονισμού 1/2003[130] ότι για την αποστολή παρόμοιων πράξεων στις επιχειρήσεις θα πρέπει να έχουν διαπιστωθεί ήδη γεγονότα ή να υπάρχουν ενδείξεις τέλεσης συγκεκριμένων παραβατικών πράξεων. Αρκεί οι αιτούμενες πληροφορίες ή ο έλεγχος να είναι αναγκαία για την εκπλήρωση των καθηκόντων της ελεγκτικής αρχής. Ως πράξεις διερεύνησης που διακόπτουν την παραγραφή πρέπει να θεωρούνται και οι αιτήσεις παροχής πληροφοριών ή οι εντολές ελέγχου που δύναται η Ευρωπαϊκή Επιτροπή να απευθύνει σε συγκεκριμένες επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων στο πλαίσιο κλαδικής έρευνας αγοράς, που προβλέπεται στο άρθρο 17 του Κανονισμού 1/2003, ή ακόμα και οι αντίστοιχες πράξεις που μπορούν να απευθύνουν οι εθνικές αρχές ανταγωνισμού στο πλαίσιο σχετικής έρευνας που διεξάγεται σύμφωνα με το εθνικό δίκαιο του ανταγωνισμού[131]. Όλες οι ανωτέρω πράξεις της Ευρωπαϊκής Επιτροπής ή των αρμοδίων εθνικών αρχών που κατά τον Κανονισμό 1/2003 διακόπτουν την παραγραφή έχουν συγκεκριμένο αποδέκτη. Πλην όμως, πέραν της επιχείρησης που κατονομάζεται ως αποδέκτης της πράξης διερεύνησης ή δίωξης, είναι δυνατόν να εμπλέκονται στην διερευνώμενη πρακτική και άλλες επιχειρήσεις. Αν η διερευνώμενη πρακτική αποδειχθεί τελικώς ότι αποτελεί και παράβαση των ευρωπαϊκών κανόνων του ανταγωνισμού, τότε η πράξη διερεύνησης ή δίωξης έχει διακόψει την παραγραφή, όχι μόνο ως προς την επιχείρηση που υπήρξε ο αποδέκτης της ως άνω πράξης, αλλά και ως προς τις λοιπές επιχειρήσεις, που αποδείχθηκε τελικά κατά την διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας, ότι συμμετείχαν στην διερευνώμενη πρακτική που χαρακτηρίστηκε ως παράβαση[132].

69) Όπως νομολογιακά έχει κριθεί, «από τις διατάξεις του Κανονισμού προκύπτει ότι η παραγραφή δεν διακόπτεται μόνον ως προς τις επιχειρήσεις-αποδέκτριες μιας πράξεως σχετικής με τη διερεύνηση ή τη δίωξη παραβάσεως, αλλά και ως προς εκείνες τις επιχειρήσεις, οι οποίες μετείχαν μεν στην παράβαση, πλην όμως η Επιτροπή δεν γνωρίζει ακόμη την ταυτότητά τους, οπότε δεν έχει

[124] Λόγω της πρόβλεψης για παράδειγμα μιας εξαιρετικά σύντομης προθεσμίας παραγραφής σε συνδυασμό ενδεχομένως και με την έλλειψη ρυθμίσεων για τη διακοπή της παραγραφής.

[125] Βλέπε Καρύδη, Το ζήτημα της «παραγραφής» κατά τον Κανονισμό 1/2003, ό.π.

[126] Πρβλ. Akzo Chemicals Ltd/Επιτροπή, C-50/2007Ρ. Στη συγκεκριμένη υπόθεση το ΔΕΚ έκρινε ότι δεν αντιβαίνει στην γενική αρχή της ασφάλειας δικαίου η διαφοροποίηση των κριτηρίων στην εθνική και κοινοτική έννομη τάξη, όσον αφορά το απόρρητο της επικοινωνίας του δικηγόρου με τον πελάτη του. Σημειώνεται περαιτέρω ότι ούτε το άρθρο 3 παρ. 2 του Κανονισμού 1/2003 (που αποτυπώνει την αρχή της υπεροχής του ευρωπαϊκού δικαίου), τουλάχιστον με βάση τη γραμματική του ερμηνεία, αποκλείει την επιβολή κυρώσεων σε μία σύμπραξη που παραβιάζει τους εθνικούς κανόνες του ανταγωνισμού και δεν έχει υποπέσει σε παραγραφή κατά το εθνικό δίκαιο, έστω και αν η εν λόγω σύμπραξη έχει ήδη υποπέσει σε «παραγραφή» κατά το άρθρο 25 του Κανονισμού 1/2003 και δεν θα μπορούσε συνεπώς να υποστεί κυρώσεις σε ενωσιακό επίπεδο. Κατά μείζονα δε λόγο η διάταξη του άρθρου 3 παρ. 2 του Κανονισμού δεν επιβάλλει τον παραμερισμό των εθνικών διατάξεων περί παραγραφής και την άμεση ή αναλογική εφαρμογή της περί παραγραφής διάταξης του άρθρου 25 παρ. 1 του ίδιου Κανονισμού και από την αρμόδια εθνική αρχή, σε κάθε περίπτωση που αυτή επιλαμβάνεται για τον έλεγχο και παραβάσεων του ευρωπαϊκού δικαίου του ανταγωνισμού.

[127] Από μέρος της θεωρίας [βλ. Καρύδη, Το ζήτημα της «παραγραφής» κατά τον Κανονισμό 1/2003, ό.π.] έχει διατυπωθεί η άποψη ότι η προβλεπόμενη στο άρθρο 25 παρ. 1 του Κανονισμού 1/2003 προθεσμία παραγραφής μπορεί σε μία τέτοια περίπτωση να αποτελέσει ενδεχομένως κατευθυντήρια γραμμή, κατά τον έλεγχο της διασφάλισης της αποτελεσματικής εφαρμογής του ενωσιακού δικαίου από τους αντίστοιχους εθνικούς δικονομικούς κανόνες, ή ακόμα και να τύχει εφαρμογής από τις εθνικές αρχές ανταγωνισμού (παρακάμπτοντας την αναποτελεσματική αντίστοιχη εθνική ρύθμιση, πχ σε περίπτωση πρόβλεψης εξαιρετικά βραχείας προθεσμίας παραγραφής), υπό την αναγκαία ωστόσο προηγούμενη προϋπόθεση ότι έχει εξαντληθεί η δυνατότητα παραπομπής της υπόθεσης στην Ευρωπαϊκή Επιτροπή.

[128] Βλ. υπόμνημα της ESTEE LAUDER, με αρ. πρωτ. 573/8.11.2016.

[129] Αναφορικά με το περιεχόμενο των εν λόγω πράξεων βλ. ιδίως άρθρα 18 παρ. 2 και 3 και 20 παρ. 4 του Κανονισμού 1/2003.

[130] Βλέπε ιδίως άρθρο 25 παρ. 3 του Κανονισμού.

[131] Βλ. σχετικά Γ. Καρύδη, ό.π.

[132] Βλέπε λόγου χάριν παρ. 89 υπομνήματος ΣΑΡΑΝΤΗ, όπου αναφέρεται ότι «[…] δεδομένου ότι από το 2006, οπότε και διεξήχθη η έρευνα στα γραφεία μας, καμία άλλη όχληση από την ΓΔΑ δεν είχαμε μέχρι τα τέλη Ιουλίου 2010, οπότε και μας εστάλη το με αρ. οικ. 4703/26.07.2010 ερωτηματολόγιο». Βλέπε επίσης παρ. 2.34 έως και 2.36 υπομνήματος Εστέ Λώντερ, όπου αμφισβητείται η συστηματικότητα της έρευνας της ΓΔΑ.

ληφθεί εναντίον τους κάποιο μέτρο που να αφορά τη διερεύνηση της παραβάσεως, ούτε τους έχει απευθυνθεί κάποια διαδικαστική πράξη. (...) Η φράση «που μετείχαν στην παράβαση» υποδηλώνει ένα αντικειμενικό γεγονός, ήτοι τη συμμετοχή στην παράβαση, που διαφέρει σαφώς από ένα υποκειμενικό και αβέβαιο στοιχείο όπως το αν μία επιχείρηση κατονομάστηκε κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας ως μετέχουσα στην παράβαση. Έτσι, μία επιχείρηση ενδέχεται να έχει μετάσχει στην παράβαση, χωρίς η Επιτροπή να το γνωρίζει κατά τον χρόνο που προβαίνει στην πράξη η οποία διακόπτει την παραγραφή»[133].

70) Συνεπώς, ως «επιχείρηση που μετείχε στην παράβαση», πρέπει να γίνει δεκτό ότι, κατά την έννοια των ανωτέρω διατάξεων του Κανονισμού, θεωρείται κάθε επιχείρηση που κατονομάστηκε ως τέτοια με απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με την οποία επιβλήθηκε κύρωση για παράβαση των κανόνων του ανταγωνισμού, χωρίς να είναι απαραίτητο να έχει κατονομασθεί ως μετέχουσα στην παράβαση, είτε πριν την αρχική ανακοίνωση των αιτιάσεων είτε, γενικότερα, κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας, στο πλαίσιο της οποίας εντάσσεται η πράξη που διακόπτει την παραγραφή. Αυτό που έχει σημασία είναι ότι κατονομάσθηκε ως μετέχουσα στην παράβαση, έστω και σε μεταγενέστερο χρόνο.

71) Κατ’ αναλογική εφαρμογή της Τ-405/2006 απόφασης του ΠΕΚ[134] - το ορθό σκεπτικό της οποίας επιβεβαιώθηκε και από το ΔΕΚ με τις υπ’ αρ. C-201/09 P και C-216/09 P αποφάσεις του - οι πράξεις διερεύνησης, που με βάση τον Κανονισμό διακόπτουν την παραγραφή, δεν είναι αναγκαίο να αφορούν συγκεκριμένη οριοθετημένη παραβατική συμπεριφορά, αλλά όλες τις ερευνώμενες ενδεχόμενες παραβάσεις που στη συνέχεια με την έκθεση-ανακοίνωση αιτιάσεων καταλογίζονται στις μετέχουσες στην παράβαση επιχειρήσεις. Ως εκ τούτου, θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι διαφορετική θέση θα περιόριζε το ερευνητικό-ελεγκτικό έργο της Ευρωπαϊκής Επιτροπής και των αρμόδιων εθνικών αρχών, αφού ουσιαστικά θα υποχρέωνε αυτές να προσδιορίσουν και να χαρακτηρίσουν την παράβαση πριν από την ολοκλήρωση της ελεγκτικής-ερευνητικής φάσης διαδικασίας. Αυτή η θέση έχει ιδιαίτερη πρακτική σημασία στην περίπτωση που η ανακοίνωση αιτιάσεων (Εισήγηση/Έκθεση), που ακολουθεί το στάδιο της έρευνας και ορίζει την παραβατική συμπεριφορά, απέχει πλέον της πενταετίας από την ημέρα τέλεσης ή παύσης της παράβασης, αν πρόκειται για διαρκή ή κατ’ εξακολούθηση παράβαση, οπότε και θα είχε συμπληρωθεί η παραγραφή, χωρίς ακόμα να έχουν οριοθετηθεί οι ερευνώμενες παραβατικές συμπεριφορές[135].

72) Ως εκ τούτου, τα έγγραφα που κατά καιρούς απέστειλε η ΓΔΑ προς έκαστη από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις στο διάστημα που μεσολάβησε μέχρι την κλήτευσή τους, ακόμη και αν υποτεθεί ότι αποτελούσαν αιτήσεις παροχής πληροφοριών με ευρύ μεν περιεχόμενο, αφορούσαν ωστόσο, μεταξύ άλλων, στη διερεύνηση και του δικτύου διανομής των προϊόντων της επιχείρησης/χονδρεμπόρου εκείνης που ήταν κατά περίπτωση ο αποδέκτης της αίτησης. Συνεπώς, διέκοψαν την παραγραφή όχι μόνο ως προς έκαστο αποδέκτη του εγγράφου, αλλά και ως προς τις μετέχουσες στη διερευνώμενη (και τελικά διαπιστωθείσα) παραβατική συμπεριφορά επιχειρήσεις[136], η οποία αφορά μεταξύ άλλων και στις ερευνώμενες συμβάσεις και τους όρους περιορισμού τιμολογήσεων λιανικής που αυτές περιελάμβαναν. Τυχόν διαφορετική ερμηνεία θα ήταν αντίθετη με την ενωσιακή νομολογία σχετικά με την φύση και την εμβέλεια των διακοπτικών της παραγραφής γεγονότων[137], επειδή θα παραγνώριζε/αγνοούσε ότι οι πράξεις διερεύνησης διακόπτουν την παραγραφή, χωρίς να είναι αναγκαίο να ορίζουν εκ των προτέρων (με την έναρξη της σχετικής έρευνας) συγκεκριμένη παραβατική συμπεριφορά ή/και την ταυτότητα των επιχειρήσεων που εμπλέκονται στην παράβαση[138]. Είναι σαφές ότι μία τέτοια τυχόν ερμηνευτική εκδοχή θα διέστελε ανεπίτρεπτα την κατά νόμο έννοια και λειτουργία της αίτησης παροχής πληροφοριών, παραβιάζοντας τις σχετικές διατάξεις του Κανονισμού 1/2003 ως προς το περιεχόμενο των διακοπτικών της παραγραφής πράξεων διερεύνησης ενδεχομένων παραβάσεων, συρρικνώνοντας έτσι και υπονομεύοντας την ερευνητική και ελεγκτική αρμοδιότητα της Επιτροπής Ανταγωνισμού, ενώ ταυτόχρονα θα δημιουργούσε ένα ανεπίτρεπτο εμπόδιο στην αποτελεσματική εφαρμογή του ενωσιακού δικαίου[139].

Δ.4. ΕΝΣΤΑΣΗ ΠΑΡΕΛΕΥΣΗΣ ΕΥΛΟΓΟΥ ΧΡΟΝΟΥ

73) Από την ενωσιακή νομολογία προκύπτει ότι η τήρηση της εύλογης προθεσμίας εκ μέρους της αρχής ανταγωνισμού κατά την έκδοση αποφάσεων μετά το πέρας των διοικητικών διαδικασιών σε υποθέσεις ανταγωνισμού συνιστά γενική αρχή του ευρωπαϊκού δικαίου, η οποία αποτελεί συνάρτηση της αρχής της χρηστής διοικήσεως[140]. Συγκεκριμένα, έχει κριθεί ότι η αρχή ανταγωνισμού, για λόγους ασφάλειας δικαίου και πρόσφορης δικαστικής προστασίας, υποχρεούται να λαμβάνει θέση ή να συντάσσει διοικητικής φύσεως έγγραφο, στην περίπτωση όπου έχει ζητηθεί τέτοιο έγγραφο, εντός εύλογης προθεσμίας[141]. Ομοίως, όταν καταγγελία περί παραβάσεων του άρθρου 81 ή/και 82 ΣυνθΕΚ υποβάλ-

[133] Βλέπε Τ-405/2006, παρ. 145, καθώς και Τ-276/04, Compagnie Maritime Belge κατά Επιτροπής, παρ. 31 και εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

[134] Ό.π.

[135] Βλέπε Καρύδη, ό.π.

[136] Ειδικά σχετικά με τις έγγραφες αιτήσεις παροχής πληροφοριών που αποτελούν διακοπτικές της παραγραφής πράξεις βλ. Peroxidos Organicos SA/Επιτροπής, Τ-120/2004, παρ. 46.

[137] Βλ. ιδίως Τ-405/2006, παρ. 145, καθώς και Τ-276/04, Compagnie Maritime Belge κατά Επιτροπής, παρ. 31, με την εκεί παρατιθέμενη νομολογία.

[138] Πρβλ. Καρύδη, Το ζήτημα της «παραγραφής» κατά τον Κανονισμό 1/2003, ό.π.

[139] Ό.π.

[140] Βλ. Τ-213/95 & Τ-18/96, SCK και FNK κατά Επιτροπής, Συλλογή 1997, σελ. ΙΙ-1739, σκ. 56, Τ-127/98, UPS Europe κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σελ. ΙΙ-2633, σκ. 37, Τ-213/00, CMA CGM κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σελ. ΙΙ-913, σκ. 317.

[141] Τ-213/95 και Τ-18/96, SCK και FNK κατά Επιτροπής, Συλλογή 1997, σελ. ΙΙ-1739, σκ. 55. Ως προς το εύρος της εύλογης προθεσμίας, βλ. ΔΕφΑθ 3807/2014, σκ. 17, 3045/2014, σκ. 7, 5459/2014, σκ. 16.

λεται ενώπιον της, η αρχή ανταγωνισμού υποχρεούται να λαμβάνει εντός εύλογης προθεσμίας οριστική θέση επί της καταγγελίας[142].

74) Το εύλογο της διάρκειας της διαδικασίας πρέπει να εκτιμάται ενόψει των συγκεκριμένων περιστάσεων κάθε υπόθεσης και, ιδίως, του όλου πλαισίου της, της συμπεριφοράς που επέδειξαν οι εμπλεκόμενοι στη διάρκεια της διαδικασίας, της σημασίας της υποθέσεως για τις ενδιαφερόμενες/εμπλεκόμενες επιχειρήσεις και του βαθμού πολυπλοκότητάς της[143]. Συναφώς, επιβάλλεται η διαπίστωση ότι ο εύλογος χαρακτήρας μιας προθεσμίας δεν μπορεί να εξεταστεί με αναφορά σε ένα ακριβές ανώτατο όριο, προσδιοριζόμενο κατά τρόπο αφηρημένο, αλλά πρέπει να εκτιμάται σε κάθε υπόθεση σε συνάρτηση με τις περιστάσεις της υποθέσεως[144]. Σημειώνεται ότι ο πίνακας των κριτηρίων αυτών δεν είναι εξαντλητικός και η εκτίμηση του εύλογου χαρακτήρα της προθεσμίας δεν επιβάλλει συστηματική εξέταση των περιστάσεων της υποθέσεως ενόψει καθενός κριτηρίου, όταν η διάρκεια της διαδικασίας φαίνεται δικαιολογημένη ενόψει ενός μόνον κριτηρίου[145].

75) Επιβάλλεται η παρατήρηση ότι κατά τη διάρκεια της διοικητικής διαδικασίας ενώπιον της αρχής ανταγωνισμού η έρευνα πραγματοποιείται σε δύο διαδοχικές περιόδους, καθεμία, εκ των οποίων ανταποκρίνεται σε μια ιδία εσωτερική λογική. Η πρώτη περίοδος εκτείνεται έως την επίδοση της Εισήγησης της ΓΔΑ και έχει ως σημείο έναρξης την ημερομηνία κατά την οποία η αρχή ανταγωνισμού λαμβάνει τα μέτρα που συνεπάγεται η αιτίαση ότι διαπράχθηκε παράβαση και έχει σημαντικές επιπτώσεις στην κατάσταση των ύποπτων επιχειρήσεων. Η περίοδος αυτή επιτρέπει στην αρχή ανταγωνισμού να λάβει θέση επί του προσανατολισμού της διαδικασίας. Η δεύτερη περίοδος εκτείνεται από την επίδοση της Εισήγησης έως την έκδοση της τελικής απόφασης, κατά την οποία πρέπει να υπάρχουν οι συνθήκες ώστε η ΕΑ να αποφασίσει οριστικά για την προσαπτόμενη παράβαση. Για να εκτιμηθεί ο εύλογος χρόνος διάρκειας της διοικητικής διαδικασίας, τα δύο αυτά στάδια μπορούν να διακριθούν και να αξιολογηθούν χωριστά[146].

76) Σύμφωνα με πάγια νομολογία, η μη τήρηση της γενικής αρχής της εύλογης προθεσμίας, ακόμη και αν θεωρηθεί αποδεδειγμένη, δεν ασκεί επιρροή επί του κύρους της διοικητικής διαδικασίας και δεν δικαιολογεί την ακύρωση της απόφασης της αρχής ανταγωνισμού, παρά μόνο στην περίπτωση που αποδειχθεί ότι η παρέλευση υπερβολικού χρόνου θίγει τη δυνατότητα των εμπλεκομένων επιχειρήσεων να αμυνθούν αποτελεσματικά, ήτοι εφόσον αποδειχθεί προσβολή των δικαιωμάτων άμυνας[147].

77) Δεδομένου ότι η περίοδος έως την επίδοση της Έκθεσης αποτελεί μέρος της αυτεπάγγελτης έρευνας, η οποία ξεκίνησε το 2006[148], στο πλαίσιο της οποίας εστάλησαν επιστολές παροχής στοιχείων[149] και πραγματοποιήθηκαν επιτόπιοι έλεγχοι[150], δεν υφίσταται ζήτημα τυχόν παράβασης της αρχής της ευλόγου προθεσμίας δράσης της διοίκησης μέχρι αυτό το χρονικό σημείο. Τούτο διότι δεν πρόκειται για περίπτωση που το πρώτο στάδιο της διοικητικής διαδικασίας διήρκησε υπερβολικά, με αντίστοιχες ενδεχόμενες ανεπανόρθωτες επιπτώσεις στα δικαιώματα άμυνας των εμπλεκομένων μερών, τα οποία μπορούν να ασκήσουν επαρκώς, κατά το δεύτερο στάδιο της διαδικασίας που έπεται της κοινοποίησης Έκθεσης[151]. Πιο συγκεκριμένα, κατά το χρονικό διάστημα των ετών 2006-2016, η έρευνα της ΓΔΑ ήταν ιδιαιτέρως συστηματική και εστιάστηκε στην αποστολή πολυάριθμων επιστολών παροχής στοιχείων, όπως και την πραγματοποίηση επιτόπιων ελέγχων. Σε συνέχεια των ανωτέρω ενεργειών, τα στοιχεία τα οποία συλλέγονταν ή προσκομίζονταν υποβάλλονταν σε λεπτομερή μελέτη και επεξεργασία, με αποτέλεσμα να παρουσιάζεται συχνά η ανάγκη αποστολής νέων ερωτηματολογίων, προκειμένου να αποκρυσταλλωθούν και να τεκμηριωθούν επαρκώς τα συμπεράσματα της εισή-

[142] C- 282/95 P, Guerin automobiles κατά Επιτροπής, Συλλ. 1997, σελ. I-1503, σκ. 38.

[143] T-305/94 κλπ, Limburgse Vinyl Maatschappij κ.λπ. κατά Επιτροπής (PVC II), Συλλ. 1999, σελ. II-931, σκ. 126, η οποία επικυρώθηκε με την απόφαση ΔΕΚ C-238/99 κλπ, Limburgse Vinyl Maatschappij κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, σελ. I-8375, σκ.187, T-213/00, CMA CGM κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σελ. II-913, σκ. 317, C-185/95 P, Baustahlgewebe κατά Επιτροπής, Συλλ. 1998, σελ. I-8417, σκ. 29. Βλ. επίσης, μεταξύ άλλων, ΣτΕ 1563/97, σκ. 8, ΣτΕ 716/98, σκ. 7, ΣτΕ 3737/03, σκ. 4.

[144] C-238/99, Limburgse Vinyl Maatschappij κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, σελ. I-8375, σκ.192.

[145] C-238/99, ο.π., σκ.188.

[146] Βλ. για όλα τα ανωτέρω C-238/99, Limburgse Vinyl Maatschappij κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, σελ. I-8375, σκ.181-184, καθώς και νομολογία του ΕΔΔΑ στην οποία παραπέμπει.

[147] Βλ. ΣτΕ 375/2010, σκ.29, ΔΕφΑθ. 3793/2012 σκ.19, ΔΕφΑθ 1976/2015, σκ. 7. ΔΕΚ C-113/04 P, Technische Unie κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σ. I-8831, σκ. 47-48, ΔΕΚ C-185/95 P, Baustahlgewebe κατά Επιτροπής, Συλλ. 1998, σ. I-8417, σκ. 49, ΠΕΚ Τ-305/94 κλπ, Limburgse Vinyl Maatschappij κ.λπ. κατά Επιτροπής (PVC II), Συλλ. 1999, σ. II-931, σκ. 122, ΠΕΚ 213/00, CMA CGM κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σ. II-913, σκ. 321, ΔΕΚ C-385/07 P, Der Grune Punkt – Duales System Deutschland, Συλλ. 2009, σ. I-6155, σκ. 190-196. Σύμφωνα με C-385/07 P, Der Grune Punkt – Duales System Deutschland, Συλλ. 2009, σελ. I-6155, σκ. 190-194, κρίνεται ότι δεν μπορεί να επιτρέπεται, αποκλειστικά και μόνο για τον λόγο της μη τηρήσεως εύλογης προθεσμίας, να οδηγείται η Διοίκηση ή το Δικαστήριο σε αδυναμία να διαπιστώσει την διάπραξη παράβασης των κανόνων του ανταγωνισμού. Το βάρος απόδειξης ενδεχόμενου ισχυρισμού περί προσβολής των δικαιωμάτων της άμυνας, απορρέουσας από τις δυσχέρειες που αντιμετώπισε να αμυνθεί κατά των αιτιάσεων της Επιτροπής λόγω της υπερβολικής διάρκειας της διοικητικής διαδικασίας φέρει η επιχείρηση που τον επικαλείται (ΔΕΚ C-113/04 P, Technische Unie κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. I-8831, σκ. 61, ΠΕΚ Τ- 405/06, ArcelorMittal κατά Επιτροπής, Συλλ.2009, σελ. II-789, σκ. 167). Αφηρημένοι και αόριστοι ισχυρισμοί ότι η ελεγχόμενη επιχείρηση δεν μπορεί να αναζητήσει τα αναγκαία για την άμυνά της στοιχεία που ανάγονται σε πολλά χρόνια πριν, δεν μπορούν να αποδείξουν πραγματική προσβολή των δικαιωμάτων άμυνας, η οποία πρέπει να εξετάζεται σε συνάρτηση με τις ειδικές περιστάσεις που αφορούν σε κάθε συγκεκριμένη υπόθεση (ΣτΕ 375/2010, σκ. 19 και Τ- 60/05, UFEX κλπ κατά Επιτροπής, Συλλ. 2007, σ. II-3397, σκ. 57 και νομολογία στην οποία παραπέμπει).

[148] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 3808/1.6.2017 έκθεση του εισηγητή Ν. Ζευγώλη, Παράρτημα 1.

[149] Ό.π.

[150] Ό.π.

[151] Βλ. σχετική ανάλυση με παραπομπή σε σχετική νομολογία σε απόφαση ΕΑ 517/V/2011, σκ. 27επ.

γησης που οδήγησε στην παρούσα απόφαση και ιδίως να προσδιοριστεί η έναρξη της παράβασης για έκαστη εμπλεκόμενη επιχείρηση. Και τούτο διότι ήδη για το έτος 2001 και μετά είχαν ανευρεθεί διάσπαρτα στοιχεία (ιδίως, αλλά όχι μόνο, αποσπασματικά ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων μεταξύ χονδρεμπόρων και διανομέων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής) που καταδείκνυαν μία σαφή μορφή επιβολής οριοθέτησης είτε τιμής είτε εύρους τιμής λιανικής πώλησης (προβαλλόμενης ενίοτε είτε ως συνιστώμενης ή προτεινόμενης είτε ως μέγιστης/ανώτατης[152], φαινομενικά όμως διότι de facto επρόκειτο για επιβαλλόμενη/καθοριζόμενη[153]) από την πλευρά των χονδρεμπόρων[154], η οποία επιβολή (έμμεση τουλάχιστον) με βάση το ατομικό μερίδιο εκάστου χον-

[152] Βλέπε πχ την υπ’ αριθμ. 4892/3.8.2006 επιστολή, όπου ο […] (Γεν. Δ/ντής και Δ/νων Σύμβουλος της L’OREAL) σχετικά με τους τιμοκαταλόγους, δήλωσε ότι η εταιρία καθορίζει μόνο τη μέγιστη λιανική τιμή μεταπώλησης. Επίσης, δήλωσε ότι «η χονδρική τιμή είναι η τιμή πώλησης τιμοκαταλόγου προς τους πελάτες μας. Η μέγιστη λιανική τιμή αφήνει σημαντικότατο περιθώριο και αποτελεί όριο προσδιορισμού, κατά την κρίση μας, του ύφους και του κύρους κάθε προϊόντος», όπως επίσης ότι «λόγοι διαφάνειας αλλά και επικοινωνίας της μέγιστης λιανικής τιμής επιβάλλουν την σύνταξη των τιμοκαταλόγων».

[153] Αποκαλυπτικά είναι τα σχέδια επιστολών ανευρεθέντα κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην CHRISTIAN DIOR - με διαφοροποίηση μεταξύ τους μόνο στο ποσοστό της επιπλέον έκπτωσης, βάσει των υπαρχουσών συμφωνιών (βλ. υπ’ αρ. 15-20 ληφθέντα έγγραφα κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο […] στην CHRISTIAN DIOR, σχετική εντολή ελέγχου 4568/20.7.2006) - χωρίς ημερομηνία, από την CHRISTIAN DIOR προς τα καταστήματα λιανικής GALLERIE, PATISTAS, SPRING TIME, ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΠΕΖΑΣ Ι.), με τα οποία ενημερώνονται τα εν λόγω καταστήματα για το νέο τιμοκατάλογο της CHRISTIAN DIOR, ομοίου περιεχομένου. Ειδικότερα, αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «…έχουμε μειώσει δραστικά τις τιμές 73 σημαντικών κωδικών […] Αντίστοιχα στις τιμές λιανικής οι μειώσεις φθάνουν έως 43%. Η εφαρμογή του τιμοκαταλόγου μας συνεπάγεται αύξηση του περιθωρίου κέρδους σας από το σημερινό […]% σε […]% για τους ανωτέρω […] κωδικούς, ενώ για τους υπόλοιπους παραμένει το ίδιο. Οι 73 αυτοί κωδικοί αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο του […]% το συνολικού μας τζίρου οπότε και υπολογίζουμε μεσοσταθμικά την αύξηση του περιθωρίου σας βάσει του τιμοκαταλόγου κατά […]%.[…] Μέσα από αυτή τη διαδικασία επιτυγχάνουμε: 1. Εναρμόνιση των τιμών στο επιθυμητό ευρωπαϊκό επίπεδο. […]…».

Σε άλλη περίπτωση, λόγου χάριν, η […] – Διευθύντρια Αγορών της SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ (Απαντώντας σε ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της SEPHORA (Σχετική εντολή ελέγχου με α.π. 3943/4.7.2006), δήλωσε ότι «Σε γενικές γραμμές πάντως ακολουθούνται οι προτεινόμενες τιμές». Επίσης, ο […] - Διευθυντής Ανάπτυξης της εταιρίας GALERIE DE BEAUTE, κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο (βλ. ιδίως ερωτήσεις 3-9) δήλωσε ότι «ακολουθούμε τις προτεινόμενες τιμές, γιατί τις ακολουθεί ο ανταγωνισμός». Προς επίρρωση αυτής της θέσης, […] (βοηθός λογιστή στην GALERIE DE BEAUTE) ως προς τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση καλλυντικών προϊόντων δήλωσε ότι αυτός «καθορίζεται από τις προμηθεύτριες εταιρείες. Καθορίζουν το κέρδος. Συνήθως […] είναι το κέρδος του ομίλου Galerie de Beaute. Οι τιμοκατάλογοι έχουν προτεινόμενες τιμές τις οποίες η Galerie de Beaute ακολουθεί. Τις ακολουθεί και όλη η αγορά. Επί της προτεινόμενης τιμής αφαιρείται ένα 30% και προκύπτει η τελική τιμή του ραφιού». Επίσης, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ στην υπ’ αριθμ. 4805/28.7.06 επιστολή της αναφορικά με τη σκοπιμότητα ύπαρξης τιμοκαταλόγων με τιμές λιανικής σημειώνει χαρακτηριστικά ότι «Οι προτεινόμενες λιανικές τιμές και στη συνέχεια ο τιμοκατάλογος προτείνεται από τον ξένο οίκο και μάλιστα αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της Σύμβασης Διανομής που διέπει τη συνεργασία μεταξύ προμηθευτή και τοπικού διανομέα. Αυτό το σκέλος της σύμβασης είναι το λεγόμενο Price Structure, βάσει του οποίου καθορίζονται και οι τιμές στις οποίες ο τοπικός διανομέας πραγματοποιεί αγορές από τον ξένο οίκο». Επιπροσθέτως, ενδεικτική και χαρακτηριστική στην προκειμένη περίπτωση είναι η κατάθεση του […] (Μέλους Διοικητικού Συμβουλίου της ROGE), ο οποίος απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας αναφορικά με την εμπορική πολιτική των καταστημάτων υπό το σήμα HONDOS CENTER, δήλωσε ότι: […] «Οι τιμοκατάλογοι με προτεινόμενες τιμές αποστέλλονται από τους προμηθευτές σε όλα τα καταστήματα απευθείας (και του ομίλου και άλλων). Δεν είναι γνωστό ποιος είναι αρμόδιος για την κατάρτισή τους. Οι προτεινόμενες είναι ανώτατες τιμές. Οι τιμοκατάλογοι αποστέλλονται και στα γραφεία στην Ομήρου 4 για τήρηση αρχείου». Επίσης, αναφορικά με τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση προϊόντων, από τα καταστήματα του σήματος HONDOS CENTER […] δήλωσε ότι «Βάση αποτελούν οι τιμοκατάλογοι με τις προτεινόμενες τιμές. Οι τιμές αυτές προσαρμόζονται στον ανταγωνισμό. Το κάθε κατάστημα ξεχωριστά κάνει δειγματοληπτικούς ελέγχους στην περιοχή που δραστηριοποιείται. Γι’ αυτό το λόγο και οι τιμές διαφοροποιούνται από κατάστημα σε κατάστημα».

[154] Γεγονός το οποίο άλλωστε επιβεβαιώθηκε με απόλυτο τρόπο κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας. Βλ. ενδεικτικά σελ. 55 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, όπου αναφέρεται από τη συνήγορο της Estee Lauder το εξής: «Είναι πράγματι δεδομένο ότι η Estee Lauder έστελνε τιμοκαταλόγους. Αυτοί οι τιμοκατάλογοι ήταν διπλής λειτουργίας, είχαν δηλαδή και τιμές χονδρικής και κυρίως γι’ αυτό τους έστελνε, διότι επικοινωνούσε τις νέες τιμές χονδρικής και τις αναπροσαρμογές... μήσεις του τιμοκαταλόγου χονδρικής, είχε όμως και προτεινόμενες τιμές λιανικής. Γιατί; Διότι με βάση αυτή την προτεινόμενη τιμή λιανικής καθόριζε και τις παροχές της προς τον λιανέμπορο. Έδινε, δηλαδή, εκπτώσεις, ήταν ένα benchmark για να δίνει τις παροχές του λιανεμπορίου επί μίας ας πούμε ενδεικτικής προτεινόμενης τιμής.». Βλέπε επίσης ενδεικτικά σελ. 62 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, όπου αναφέρεται από το συνήγορο της Christian Dior το εξής: «Επίσης, άλλο θέμα, η εταιρία μας δεν έχει αποστείλει τιμοκαταλόγους με δεσμευτικές λιανικές τιμές πωλήσεως σε λιανεμπόρους. Αντιθέτως, ήταν προτεινόμενες τιμές και δεν χρειάζεται να επαναλάβουμε ότι οι προτεινόμενες τιμές, εφόσον πληρούν ορισμένα στοιχεία τα οποία πληρούνται στην περίπτωση αυτή, δεν συνιστούν οποιαδήποτε παράβαση του ανταγωνισμού. Αυτό που ανεβρέθη ως τους τιμοκαταλόγους, είναι ότι περιλάμβαναν και τιμές χονδρικής και προτεινόμενες τιμές λιανικής. Υπάρχει πολλές φορές και σε σχέση με τα στοιχεία αυτά μία παρερμηνεία ορισμένων εγγράφων και για τα οποία, για τα οποία εξάγονται συμπεράσματα διαφορετικά από αυτά που περιέχονται στα ίδια τα έγγραφα.».

Βλέπε επίσης και κατάθεση […], σελ. 109, από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, «Γινόντουσαν εκπτώσεις φυσικά, αλλά η αντιμετώπιση ήταν ίδια για όλες τις εταιρίες.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Η διαφωνία μας ήτανε ότι δεν μπορείς την ίδια στιγμή που έχεις 10 εταιρίες, μάλλον που έχεις τις δικές μας εταιρίες, να υπάρχει μια διακριτική μεταχείριση και να προσφέρεις στον τελικό καταναλωτή, που αν θέλετε μπαίνει στην ίδια σάλα, κάποια περισσότερα benefits το ένα πάνω στο άλλο.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Θεωρώ ότι είχε δικαίωμα να έχει οποιεσδήποτε λιανικές, οτιδήποτε εκπτώσεις θέλει. Αυτό που μας έβρισκε αντίθετους ή διαφωνούσαμε ήταν το γεγονός ότι δεν υπήρχε, αν θέλετε, μια ίση αντιμετώπιση, ένα fair play ανάμεσα στους ανθρώπους που στηρίζαμε τα μαγαζιά όλο το χρόνο. Τίποτα άλλο.».

δρεμπόρου δεν μπορούσε να εξηγηθεί/αιτιολογηθεί με κανέναν άλλο τρόπο, παρά μόνο με βάση την ερμηνεία ότι αυτή η αποτελεσματική επιβολή οφειλόταν στην καρτελικού τύπου σύμπραξη που είχε προηγηθεί και ήταν ήδη τότε σε ισχύ μεταξύ των εμπλεκομένων στην παρούσα υπόθεση χονδρεμπόρων αποτελώντας κάθετη έκφανση αυτής, σε αναπόσπαστη συνάρτηση με το γεγονός ότι οι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι (μολονότι έκαστος με μέτριο ή μικρό μερίδιο) όλοι πωλούσαν χονδρικώς πολύ ισχυρά σήματα, που ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι δεν θα έχει στα ράφια του, όπως επίσης ταυτόχρονα ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι θα «πάει κόντρα» στην καρτελικού τύπου σύμπραξη των χονδρεμπόρων αυτών των σημάτων[155].

78) Ταυτόχρονα, ως προς το πρώτο στάδιο της διοικητικής διαδικασίας, σημειώνεται η πραγματοποίηση της ανάθεσης της υπόθεσης σε Εισηγητή[156], ο οποίος προέβη στη σύνταξη της υπ’ αρ. 3808/01.06.2016 Έκθεσης.

79) Σημειωτέον ότι, σύμφωνα με την παρ. 4 του άρθρου 15 του ν. 3959/2011, «Η εισήγηση κατατίθεται στην Ολομέλεια ή στο αντίστοιχο τμήμα, κατά περίπτωση, μέσα σε εκατόν είκοσι ημέρες από την ανάθεση της, με την επιφύλαξη των προθεσμιών που προβλέπονται στα άρθρα 5 μέχρι 10. Η προθεσμία αυτή μπορεί να παρατείνεται από τον Πρόεδρο της Επιτροπής Ανταγωνισμού, μετά από αίτημα του Εισηγητή, για χρόνο ο οποίος δεν υπερβαίνει τις εξήντα ημέρες». Με την υπ’ αρ. πρωτ. 99/09.05.2016 Πράξη του Προέδρου της ΕΑ χορηγήθηκε παράταση στον Εισηγητή (κατόπιν σχετικής αιτήσεως του τελευταίου) έως και την 1η Ιουνίου 2016, ημερομηνία κατά την οποία ο Εισηγητής κατέθεσε την με αρ. πρωτ. 3808 Εισήγησή του, προτού δηλαδή εξαντληθούν οι 60 μέρες παράτασης που προβλέπονται στην ανωτέρω διάταξη.

Δ.4 ΕΝΣΤΑΣΗ ΕΠΙ ΤΗΣ ΠΡΟΣΒΑΣΗΣ ΣΤΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΤΟΥ ΦΑΚΕΛΟΥ

80) Όπως συνάγεται από τις με πληρότητα αιτιολογημένες απαντήσεις της Υπηρεσίας για πρόσβαση σε χωρία, καθώς και σε έγγραφα αναφορικά με σκέλη της υπ’ αρ. 3808/01.06.2016 Έκθεσης, στις περιπτώσεις που δεν δόθηκε πρόσβαση, ορθώς δεν δόθηκε, καθότιν οι αιτούμενες επιχειρήσεις δεν απέδειξαν ότι υφίστατο προσβολή του δικαιώματος άμυνάς τους. Ειδικότερα, αναφορικά με τα αιτήματα των εταιριών και τις απαντήσεις της Υπηρεσίας, επισημαίνονται τα κάτωθι:

[155] Βλέπε πολύ χαρακτηριστικά σελ. 22 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […], ο οποίος σε ερώτηση του Προέδρου της ΕΑ «αν ήταν ενιαίες οι εκπτώσεις […] όλο το προηγούμενο διάστημα, τα προηγούμενα χρόνια και τι ήταν», απαντά επί λέξει «Στις μάρκες ήτανε ίδιες.». Και όταν ο Πρόεδρος επανέρχεται ρωτώντας αυτόν αν θεωρεί αυτό το γεγονός συμπτωματικό, αυτός επί λέξει απαντά «Νομίζω ότι ήταν μία πρακτική των λιανεμπόρων, στην οποία εμείς δεν είχαμε άποψη, να το πω έτσι.».

[156] Βλ. Πρακτικά της 67ης Συνεδρίασης ΕΑ της 10.12.2015.

ΕΤΑΙΡΙΑ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ	ΑΙΤΗΜΑ ΤΗΣ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	ΕΡΩΤΗΜΑ/ΑΠΑΝΤΗΣΗ ΤΗΣ ΓΔΑ
ESTEE LAUDER HELLAS	5116/18.7.2016 (αίτημα πρόσβασης στο φάκελο)	5278/22.7.2016 (επιστολή Εισηγητή, επισυν. κατάλογος των περιεχομένων του φακέλου της υπόθεσης)
	5615/2.8.2016 (αίτημα πρόσβασης στα Π και ΜΠ έγγραφα του φακέλου)	Βλ. σχετ. πρωτόκολλα παράδοσης 09.08.2016, 30.8.2016, 02.09.2016. e-mail με αρ.πρωτ. 6002/25.8.2016
	5785/5.8.2016 (τροποποίηση και επέκταση του αιτήματος πρόσβασης στα στοιχεία του φακέλου)	
	6066/30.8.2016 (ειδικό πληρεξούσιο)	
	5959/23.8.2016 (αίτημα αποχαρακτηρισμού αποσπασμάτων και πληροφοριών της εισήγησης)	6909/5.10.2016 (επιστολή Προέδρου_ αίτημα εν μέρει δεκτό, εν μέρει απόρριψη αιτήματος ως προς απόρρητα στοιχεία λοιπών εταιριών[157] .
	6763/28.9.2016 (υπομνηστική για απάντηση στο υπ’ αριθμ. πρωτ. 5959/23.8.2016 αίτημά)	
	8337/25.11.2016 (αίτηση αποχαρακτηρισμού αποδεικτικού υλικού του φακέλου)	8485/1.12.2016 (επιστολή Προέδρου_ αίτημα δεκτό) Βλ. σχετ. πρωτόκολλο παράδοσης 02.12.2016,
L’OREAL HELLAS A.E.	5147/18.7.2016 (αίτημα πρόσβασης στο φάκελο)	5279/22.7.2016 (επιστολή Εισηγητή, επισυν. κατάλογος των περιεχομένων του φακέλου της υπόθεσης)
	5649/3.8.2016 (αίτημα πρόσβασης στα Π και ΜΠ έγγραφα του φακέλου)	Βλ. σχετ. πρωτόκολλο παράδοσης 9.8.2016
	7153/14.10.2016 (αίτημα πρόσβασης σε ηλεκτρονικά αρχεία)	7470/26.10.2016 (επιστολή Προέδρου_ σε αίτημα περί χορήγησης πρόσβασης σε στοιχεία του φακέλου) Βλ. σχετ. πρωτόκολλο παράδοσης 27.10.2016
	7474/26.10.2016 (πληρεξούσιο)	
ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ	5117/18.7.2016 (αίτημα της εταιρίας για πρόσβαση στο φάκελο) 6154/2.9.2016 (εξουσιοδότηση)	5282/22.7.2016 (επιστολή Εισηγητή, επισυν. κατάλογος των περιεχομένων του φακέλου της υπόθεσης) Βλ. σχετ. πρωτόκολλο παράδοσης 2.9.2016
	5577/1.8.2016 (αίτημα αποχαρακτηρισμού)	5592/1.8.2016 (επιστολή Προέδρου_ απόρριψη αιτήματος ως αναιτιολόγητου)
	319/12.9.2016 (αίτημα αποχαρακτηρισμού)	6515/19.9.2016 (επιστολή Προέδρου_ απόρριψη αιτήματος ως ασυναφούς[158]
NOTOS COM	5176/19.7.2016 (αίτημα πρόσβασης στο φάκελο)	5277/22.7.2016 (επιστολή Εισηγητή, επισυν. κατάλογος των περιεχομένων του φακέλου της υπόθεσης) Βλ. σχετ. πρωτόκολλο παράδοσης 8.8.2016, e-mail με αρ.πρωτ. 6000/25.8.2016
	5576/01.08.2016 (Αίτημα αποχαρακτηρισμού)	5593/1.8.2016 (επιστολή Προέδρου_ απόρριψη αιτήματος ως αναιτιολόγητου)
	6003/25.8.2016 (Αίτημα αποχαρακτηρισμού)	6516/19.9.2016 (επιστολή Προέδρου_ απόρριψη αιτήματος ως αναιτιολόγητου)
	6767/28.9.2016 (Αίτημα αποχαρακτηρισμού)	7248/17.10.2016 (επιστολή Προέδρου_ απόρριψη αιτήματος ως αναιτιολόγητου)

[157] Η εκτενής αιτιολογία για τη μερική απόρριψη των υπ’ αρ. πρωτ. 5959/23.8.2016 και 6763/28.9.2016 αιτημάτων πρόσβασης παρατίθεται στην υπ’ αρ. πρωτ. 6909/5.10.2016 επιστολή Προέδρου ΕΑ (αρ. σελ. 8) και συνοπτικά αφορά στην αξιολόγηση ότι τα αιτούμενα στοιχεία αποτελούν απόρρητες πληροφορίες άλλων εμπλεκομένων εταιριών οι οποίες τα έχουν χαρακτηρίσει ως απόρρητα, για τα οποία δεν κρίθηκε αναγκαία η χρήση τους για τη στοιχειοθέτηση της σε βάρος των εμπλεκομένων επιχειρήσεων παράβασης, με αποτέλεσμα να εκτιμάται ότι δεν είναι απολύτως αναγκαία για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της Εταιρίας.

[158] Η αιτιολογία για τη μερική απόρριψη του υπ’ αρ. πρωτ. 319/12.9.2016 αιτήματος πρόσβασης, όπως παρατίθεται στην υπ’ αρ. πρωτ. 6515/19.9.2016 επιστολή Προέδρου ΕΑ είναι ως εξής: «Τα εν λόγω αποσπάσματα αποτελούν μέρος της αξιολόγησης μόνο ως προς τη δεύτερη καταγγελία της NOTOS COM, η οποία στρέφεται κατά του δικτύου καταστημάτων HONDOS CENTER, και όχι κατά της εταιρίας σας. Συνεπώς, δεν είναι αναγκαία για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της επιχείρησής σας».

	7113/12.10.2016 (Αίτημα αποχαρακτηρισμού)	7353/21.10.2016 (επιστολή Προέδρου_ αίτημα εν μέρει δεκτό, εν μέρει απόρριψη αιτήματος ως προς απόρρητα στοιχεία λοιπών εταιριών[159])
	7378/21.10.2016 (Αίτημα αποχαρακτηρισμού)	7589/01.11.2016 (επιστολή Προέδρου_ (επιστολή Προέδρου_ αίτημα εν μέρει δεκτό, εν μέρει απόρριψη αιτήματος ως προς απόρρητα στοιχεία λοιπών εταιριών[160])
PCD	5288/22.7.2016 (αίτημα πρόσβασης στο φάκελο)	5331/25.7.2016 (επιστολή Εισηγητή, επισυν. κατάλογος των περιεχομένων του φακέλου της υπόθεσης)
	5543/29.7.2016 (Αίτημα πρόσβασης στο φάκελο υπόθεσης)	πρωτόκολλο παράδοσης 9.8.2016, e-mail με αρ. πρωτ. 6001/25.8.2016)
	6239/8.9.2016 (Αίτημα αποχαρακτηρισμού)	7246/17.10.2016 (επιστολή Προέδρου_ αίτημα εν μέρει δεκτό, εν μέρει απόρριψη αιτήματος ως προς απόρρητα στοιχεία λοιπών εταιριών[161] . Βλ. σχετ. πρωτόκολλο παράδοσης 18.10.2016.
	7344/20.10.2016 (Αίτημα αποχαρακτηρισμού)	7588/1.11.2016 (επιστολή Προέδρου_ αίτημα εν μέρει δεκτό, εν μέρει απόρριψη αιτήματος ως προς απόρρητα στοιχεία λοιπών εταιριών[162])

Ε. ΟΡΙΟΘΕΤΗΣΗ ΣΧΕΤΙΚΩΝ ΑΓΟΡΩΝ

Ε.1. ΣΧΕΤΙΚΗ ΑΓΟΡΑ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

81) Η σχετική αγορά προϊόντων περιλαμβάνει το σύνολο των προϊόντων ή/και υπηρεσιών που θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους λόγω των χαρακτηριστικών, των τιμών τους και της σκοπούμενης χρήσης τους. Η σχετική αγορά προϊόντων ενδέχεται, σε ορισμένες περιπτώσεις, να αποτελείται από επιμέρους προϊόντα ή/και υπηρεσίες που παρουσιάζουν σε μεγάλο βαθμό όμοια φυσικά ή τεχνικά χαρακτηριστικά και είναι εναλλάξιμα.

82) Για τον ορισμό της σχετικής αγοράς πρέπει να προσδιορισθούν οι περιορισμοί κατά τον καθορισμό της τιμολογιακής πολιτικής των εταιριών, που προκύπτουν από τη δυνατότητα υποκατάστασης από πλευράς ζήτησης και προσφοράς. «Η υποκατάσταση από πλευράς ζήτησης εξετάζει αν μια επιχείρηση μπορεί να επηρεάσει τον

[159] Η αιτιολογία για τη μερική απόρριψη του υπ’ αρ. πρωτ. 7113/12.10.2017 αιτήματος πρόσβασης, όπως παρατίθεται στην υπ’ αρ. πρωτ. 7353/21.10.2016 επιστολή Προέδρου ΕΑ είναι ως εξής: «Ως προς τα λοιπά χωρία του εγγράφου με α/α/256, αυτά αποτελούν απόρρητες πληροφορίες άλλων εμπλεκομένων εταιριών οι οποίες τα έχουν χαρακτηρίσει ως απόρρητα. Καθώς δεν κρίθηκε αναγκαία η χρήση τους για τη στοιχειοθέτηση της σε βάρος σας παράβασης, εκτιμάται ότι δεν είναι απολύτως αναγκαία για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της Εταιρίας σας, σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 15 παρ. 7 του Κανονισμού Λειτουργίας και Διαχείρισης της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Συνεπώς, εν προκειμένω η μη πρόσβαση στα επιχειρηματικά απόρρητα τρίτης εταιρίας δεν δύναται να παραβλάψει την ορθή άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της εταιρίας σας…».

[160] Η εκτενής αιτιολογία για τη μερική απόρριψη του υπ’ αρ. πρωτ. 7378/21.10.2016 αιτήματος πρόσβασης, όπως παρατίθεται στην υπ’ αρ. πρωτ. 7589/01.11.2016 επιστολή Προέδρου ΕΑ είναι ως εξής: «…Το παρασχεθέν με την υπό σχετ. 2 επιστολή μας έγγραφο εμφανίζεται ως σελίδα 4 του ηλεκτρονικού εγγράφου με α/α 256, το οποίο περιέχει το σύνολο των συλλεχθέντων από την αίθουσα συνεδρίων της εταιρίας ROGE Α.Ε.Ε. ΕΙΔΩΝ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ (νυν HONDOS CENTER Α.Ε.Ε. ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ) κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 5.7.2006 που πραγματοποίησε κλιμάκιο της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού, δυνάμει της υπ’ αριθ. πρωτ. 3944/4.7.2006 εντολής ελέγχου. Του εγγράφου αυτού γίνεται πλήρης παράθεση στην παράγραφο 369 της εισήγησης και το μόνο στοιχείο που η Επιτροπή μπορεί να γνωρίζει, το οποίο και παραθέτει στο κείμενό της κατά τα ανωτέρω παραγράφου 369, είναι ότι αυτό ανευρέθηκε «κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην εταιρία ROGE Α.Ε.Ε. ΕΙΔΩΝ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ». Ποιος είναι ο συντάκτης, του χωρίς ημερομηνία αυτού εγγράφου, και με ποιον τρόπο έχει αποσταλεί και περιέλθει στην κατοχή της ROGE Α.Ε.Ε. ΕΙΔΩΝ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΟΣ, όπου και ανευρέθηκε, η Επιτροπή δεν μπορεί, όπως είναι ευνόητο, να γνωρίζει. Περαιτέρω, οι σελίδες 1-3 του ηλεκτρονικού εγγράφου με α/α 256 αποτελούν τον Πίνακα Περιγραφής Εγγράφων που συλλέχθηκαν κατά τον εν λόγω επιτόπιο έλεγχο, ενώ οι λοιπές σελίδες (5-166) του ηλεκτρονικού εγγράφου δεν έχουν σχέση με το περιεχόμενο της σελίδας 4 αυτού, αφορούν δε στα υπόλοιπα στοιχεία που συλλέχθηκαν κατά τον εν λόγω επιτόπιο έλεγχο και αποτελούν απόρρητες πληροφορίες άλλων εμπλεκόμενων εταιριών (βλ. σχετ. 2).».

[161] Η εκτενής αιτιολογία για τη μερική απόρριψη του υπ’ αρ. πρωτ. 6239/8.9.2016 αιτήματος πρόσβασης παρατίθεται στην υπ’ αρ. πρωτ. 7246/17.10.2016 επιστολή Προέδρου ΕΑ (αρ. σελ. 4) και συνοπτικά αφορά στην αξιολόγηση ότι τα αιτούμενα στοιχεία αποτελούν απόρρητες πληροφορίες άλλων εμπλεκομένων εταιριών οι οποίες τα έχουν χαρακτηρίσει ως απόρρητα, για τα οποία δεν κρίθηκε αναγκαία η χρήση τους για τη στοιχειοθέτηση της σε βάρος σας παράβασης, με αποτέλεσμα να εκτιμάται ότι δεν είναι απολύτως αναγκαία για την άσκηση των δικαιωμάτων άμυνας της Εταιρίας.

[162] Η εκτενής αιτιολογία για τη μερική απόρριψη του υπ’ αρ. πρωτ. 7344/20.10.2016 αιτήματος πρόσβασης παρατίθεται στην υπ’ αρ. πρωτ. 7588/1.11.2016 επιστολή Προέδρου ΕΑ (αρ. σελ. 6), ό.π.

ανταγωνισμό, ήτοι τους όρους πώλησης των προϊόντων και τις τιμές. Αν οι πελάτες μπορούν να στραφούν σε υποκατάστατα προϊόντα ή σε πηγές προμήθειες σε διαφορετική γεωγραφική αγορά, η αρνητική επίδραση στον ανταγωνισμό από πλευράς επιχειρήσεων μετριάζεται... Η υποκατάσταση από πλευράς προσφοράς προϋποθέτει την άμεση μετατόπιση της παραγωγής των προμηθευτών στα προϊόντα της σχετικής αγοράς και τη δυνατότητα διάθεσής τους στην αγορά σε βραχυχρόνιο ορίζοντα,[…] χωρίς πρόσθετο κόστος[…] και χωρίς οι προμηθευτές τους να αντιμετωπίζουν κινδύνους ενάντια στις μεταβολές των τιμών».[163]

83) «Η άμεση διανομή του προϊόντος στη σχετική αγορά (αμεσότητα) και η χωρίς επιπλέον κόστος μετατόπιση της παραγωγής (αποτελεσματικότητα) αποτελούν χαρακτηριστικά επιχειρήσεων που προσφέρουν προϊόν με πολλές ποικιλίες. Ακόμα και στην περίπτωση όπου κάποιοι τελικοί καταναλωτές δεν υποκαθιστούν τη μια ποικιλία με κάποια άλλη ποικιλία, οι διάφορες ποικιλίες ανήκουν στην ίδια σχετική αγορά προϊόντος όταν οι επιχειρήσεις αυτής χαρακτηρίζονται από αμεσότητα και αποτελεσματικότητα».[164]

84) Ως καλλυντικό προϊόν νοείται «κάθε ουσία ή μείγμα που προορίζεται να έρθει σε επαφή με εξωτερικά μέρη του ανθρώπινου σώματος (επιδερμίδα, τριχωτά μέρη του σώματος και της κεφαλής, νύχια, χείλη και εξωτερικά γεννητικά όργανα) ή με τα δόντια και τους βλεννογόνους της στοματικής κοιλότητας, με αποκλειστικό ή κύριο σκοπό τον καθαρισμό τους, την προστασία τους, τη διατήρησή τους σε καλή κατάσταση ή τη διόρθωσή των σωματικών οσμών»[165]. Τα εν λόγω προϊόντα περιλαμβάνουν ευρύ φάσμα ειδών, όπως, προϊόντα περιποίησης και καλλωπισμού, περιποίησης μαλλιών, αρώματα και κολόνιες κ.α.

85) Σύμφωνα με την ενωσιακή νομολογία, την πρακτική της Ευρ. Επ. [166] και την πρακτική της Ε.Α.[167], η αγορά των καλλυντικών προϊόντων, ανάλογα με την ποιοτική στάθμη και την τιμή των προϊόντων, διακρίνεται, καταρχήν, σε δύο αγορές:

• Αγορά Καλλυντικών Ευρείας Διανομής (Mass Distribution), που περιλαμβάνει προϊόντα μέσης και χαμηλής ποιότητας και τιμής, τα οποία διατίθενται σε σούπερ μάρκετ, καταστήματα καλλυντικών, φαρμακεία κλπ.

• Αγορά Καλλυντικών Υψηλής Ποιότητας και Τιμής (lux), που περιλαμβάνει επώνυμα προϊόντα υψηλής ποιότητας και υψηλής τιμής, τα οποία διατίθενται, κυρίως μέσω επιλεγμένων καταστημάτων καλλυντικών κατά κανόνα δε με εξειδικευμένες υπηρεσίες διάθεσης στον καταναλωτή, φαρμακείων, μικρών ειδικών καταστημάτων, κομμωτηρίου κλπ. Έτσι, στην εν λόγω σχετική αγορά συνυπολογίζονται και τα καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής τα οποία δεν διατίθενται μέσω συστήματος επιλεκτικής διανομής αλλά θεωρούνται από τον καταναλωτή εναλλάξιμα[168].

86) Σημειώνεται ότι τα προϊόντα που ανήκουν στην υπό (ii) αγορά αναφέρονται πλέον ως «καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής» και όχι ως «καλλυντικά επιλεκτικής διανομής», όπως αναφέρονταν ενδεικτικά στην υπ’ αριθμ. 114/1998 απόφαση της ΕΑ. Ειδικότερα, όπως επισημαίνεται στην υπ’ αριθμ. 543/VII/2012 απόφαση ΕΑ, στην προγενέστερη απόφαση ΕΑ 271/IV/2004 προτιμήθηκε ο όρος «υψηλής ποιότητας και τιμής» προς αποφυγή συγχύσεων, διότι η προαναφερθείσα Απόφαση του 1998 προσδιόριζε ότι η αγορά των καλλυντικών επιλεκτικής διανομής περιελάμβανε και καλλυντικά που δεν διατίθεντο μέσω επιλεκτικής διανομής, ήταν όμως υψηλής ποιότητας και τιμής.[169]

87) Η κάθε μία από τις δύο ανωτέρω αγορές, διακρίνεται περαιτέρω σε (5) πέντε επιπλέον υπο-αγορές προϊόντων, οι οποίες είναι: 1) Αρώματα και κολόνιες, 2) Προϊόντα μακιγιάζ, 3) Προϊόντα περιποίησης δέρματος (προσώπου-σώματος), 4) Προϊόντα περιποίησης μαλλιών και 5) Είδη ατομικής υγιεινής. Αναλυτικότερα[170], τα προϊόντα που περιλαμβάνει η πρώτη κατηγορία είναι τα αρώματα και οι κολόνιες για γυναίκες, άνδρες και παιδιά. Στη δεύτερη κατηγορία περιλαμβάνονται τα προϊόντα μακιγιάζ (μακιγιάζ προσώπου, προϊόντα για τα χείλη, προϊόντα για τα νύχια, προϊόντα για τα μάτια). Τα προϊόντα που περιλαμβάνει η τρίτη κατηγορία είναι τα προϊόντα περιποίησης του προσώπου (κρέμες, μάσκες, προϊόντα απολέπισης, αντιρυτιδικά προϊόντα λοσιόν, τόνικ κ.λπ.), τα προϊόντα περιποίησης για μετά το ξύρισμα, προϊόντα περιποίησης χεριών, κρέμες και λοσιόν για το σώμα, προϊόντα προστασίας από τον ήλιο και προϊόντα περιποίησης των μωρών. Στην τέταρτη κατηγορία περιλαμβάνονται τα προϊόντα περιποίησης των μαλλιών (σαμπουάν, μαλακτικές κρέμες, λοσιόν και τόνικ για τα μαλλιά, μάσκες μαλλιών, βαφές κλπ.). Στην πέμπτη κατηγορία περιλαμβάνονται τα είδη ατομικής υγιεινής, υγρά και μη σαπούνια, δερματολογικά σαπούνια, σαπούνια για παιδιά, προϊόντα υγιεινής στόματος, προϊόντα ξυρίσματος, πούδρες, αποσμητικά και αποτριχωτικά προϊόντα, προϊόντα για το μπάνιο και προϊόντα για την περιποίηση των ποδιών).

[163] Βλ. Φώτης (2013), ‘Βιομηχανική Οργάνωση και Πολιτική Ανταγωνισμού Θεωρία Βιομηχανικής Οργάνωσης Πολιτική και Δίκαιο Ανταγωνισμού Έλεγχος Συγκεντρώσεων’, Εκδόσεις Προπομπός.

[164] Ο.π., σελ. 511-512.

[165] Κανονισμός 1223/2009 για τα καλλυντικά προϊόντα, ΕΕ 2009, L 342, σ.59, άρθρο 2, παρ. 1, περ.α΄.

[166] Βλ. ενδεικτικά: Απόφαση ΕΕπ. επί της υπόθεσης IV/M.312, Sanofi / Yves st Laurent, ΕΕ 1993, C 89, σ. 3, παρ. 8 επ., Απόφαση ΕΕπ. επί της υπόθεσης COMP /M.3716, AS Watson / Marionnaud, ΕΕ 2005, C99, σ. 3, παρ. 6, Απόφαση ΕΕπ. επί της υπόθεσης COMP/M.5068, L’oreal / YSL Beaute, ΕΕ 2008, C 237, σ. 2, παρ. 8 επ. T-19/92, Yves-Saint Laurent, Συλλ. 1996, σ. II-1851, σκ. 184-186.

[167] Βλ. σχετικά αποφάσεις ΕΑ 543/VII/2012 (παρ. 48 επ.), 271/IV/2004 (σημ. Β΄), 117Β΄/II/2000 (σημ. IV), 80/II/1999 (σημ. IV), 114/V/1998 (σημ. 4α & 4β), 98/1997 (σημ. 4α & 4β).

[168] Σε αντιστοιχία με την απόφαση ΕΑ 114/1998 (σημ. 4β).

[169] Σε κάθε περίπτωση η ΓΔΑ θεωρεί ότι οι δύο σχετικές αγορές προϊόντος/υπηρεσιών συμπίπτουν όσον αφορά στα στοιχεία που προσκόμισαν οι εταιρίες και στα οποία στηρίζει την έρευνα της. Με την άποψη της ΓΔΑ συμφωνούν εν πολλοίς και οι εμπλεκόμενες εταιρίες. Βλ. σχετικά επιστολές με αρ. πρ. 7242/03.10.2014 (L’OREAL), 7357/08.10.2014 (ΣΑΡΑΝΤΗΣ), 7277/08.10.2014 (CHRISTIAN DIOR), 7356/08.10.2014 (ESTEE LAUDER), 7064/29.09.2014 (NOTOS COM), 7308/07.10.2014 (SEPHORA), 7285/06.10.2014 (ATTICA), 6791/18.09.2014 (GDB). Ωστόσο, σημειώνεται ότι από την ESTEE LAUDER επιχειρήθηκε στη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας, αλλά και με το υπόμνημά της, μία ευρύτερη οριοθέτηση της σχετικής αγοράς.

[170] Βλ. και απόφαση ΕΑ 114/V/1998.

88) Όπως έχει ήδη κριθεί[171], τα προαναφερθέντα είδη καλλυντικών προϊόντων δεν μπορούν να θεωρηθούν εναλλάξιμα ή δυνάμενα να υποκατασταθούν μεταξύ τους. Πράγματι, δεν μπορεί να υποστηριχθεί ότι τα εν λόγω προϊόντα είναι υποκατάστατα ούτε εντός της ίδιας κατηγορίας (για παράδειγμα σαμπουάν έναντι βαφής μαλλιών) ούτε μεταξύ των διαφορετικών κατηγοριών (για παράδειγμα σαμπουάν έναντι αρώματος ή άρωμα έναντι κρέμας προσώπου), αφού τόσο οι τιμές πώλησής τους όσο και η χρήση τους είναι διαφορετικές μεταξύ τους.

89) Όμως, η ζήτηση στην παρούσα υπόθεση προέρχεται, στην περίπτωση της χονδρικής εμπορίας, από εταιρίες λιανικού εμπορίου (δηλ. καταστήματα ή/και πολυκαταστήματα) και, στην περίπτωση της λιανικής εμπορίας, τους τελικούς καταναλωτές. Η πρώτη περίπτωση αφορά στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής και η δεύτερη περίπτωση αφορά στην αγορά λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής. «Η ζήτηση καλλυντικών επηρεάζεται σημαντικά από τις τιμές πώλησης των προϊόντων σε συνδυασμό με το διαθέσιμο εισόδημα των καταναλωτών, αλλά και από άλλους παράγοντες όπως η διάρθρωση του πληθυσμού, οι τάσεις της μόδας, η διαφήμιση των προϊόντων κλπ.».[172]

90) Όσον αφορά στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, όπως προκύπτει και από την έρευνα της Υπηρεσίας, οι εταιρίες λιανικού εμπορίου (δηλ. καταστήματα ή/και πολυκαταστήματα) φροντίζουν να έχουν πλήρη γκάμα των καλλυντικών προϊόντων υψηλής ποιότητας και τιμής προκειμένου να είναι σε θέση να ικανοποιήσουν τη ζήτηση των πελατών τους (τελικοί καταναλωτές).[173] Έτσι, από πλευράς ζήτησης στην εν λόγω αγορά, οι εταιρίες λιανικού εμπορίου προμηθεύονται, άλλες σε μικρότερο και άλλες σε μεγαλύτερο βαθμό, την πλήρη γκάμα των καλλυντικών προϊόντων υψηλής ποιότητας και τιμής με σκοπό να καλύψουν τις διαφορετικές προτιμήσεις των τελικών καταναλωτών. Ως εκ τούτου, παρέλκει η εξέταση αν η εν λόγω αγορά είναι ενιαία ή απαιτείται περαιτέρω διάκρισή της βάσει των πέντε πραναφερόμενων υπο-αγορών.

91) Όσον αφορά στην αγορά λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, η Υπηρεσία εκτίμησε την ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή του προϊόντος (own - price elasticity),[174] την εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησης του ίδιου προϊόντος (Income price elasticity)[175] και την σταυροειδή ελαστικότητα ζήτησης του ίδιου προϊόντος σε σχέση με την τιμή ενός άλλου (άλλων) προϊόντος (προϊόντων) (cross – price elasticity)[176] της ίδιας (διαφορετικής) αγοράς προϊόντος.

92) Η Υπηρεσία προχώρησε στις εν λόγω εκτιμήσεις για να εξετάσει κατά πόσο η αγορά λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής είναι ενιαία ή απαιτείται περαιτέρω διάκρισή της βάσει των πέντε προαναφερόμενων υπο-αγορών. Σε αντίθεση με τη χονδρική αγορά καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, η ζήτηση στην αγορά λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής προέρχεται από τους τελικούς καταναλωτές, οι οποίοι χαρακτηρίζονται από τις διαφορετικές προτιμήσεις τους σε σχέση με τα προϊόντα που υπάρχουν σε αυτή.

93) Για τις εκτιμήσεις των ελαστικοτήτων επιλέχθηκαν δύο (2) καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής και ένα (1) καλλυντικό ευρείας διανομής.[177] Σε σχέση με τα δύο καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής το πρώτο προϊόν έχει Barcode προμηθευτή 3145891165203[178] [179] και το δεύτερο προϊόν έχει αντίστοιχο Barcode 3145891431100[180]. Τα κριτήρια επιλογής των δύο καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής ήταν δύο: σε σχέση με το πρώτο καλλυντικό υψηλής ποιότητας και τιμής το κριτήριο είναι η εμπορευσιμότητά του,[181] ενώ σε σχέση με το δεύτερο καλλυντικό υψηλής ποιότητας και τιμής το κριτήριό του είναι να μην ανήκει στην ίδια υπο-αγορά προϊόντος με το πρώτο καλλυντικό υψηλής ποιότητας και τιμής.

94) Σε σχέση με το καλλυντικό ευρείας διανομής επιλέχθηκε το μεγαλύτερο προϊόν από άποψης εμπορευσιμότητας της εταιρίας NOTOS COM, κατά την περίοδο 2003 - 2011[182].

95) Από τις ανωτέρω εκτιμήσεις προκύπτουν τα παρακάτω συμπεράσματα:

i) Η ζήτηση ως προς την τιμή του πρώτου καλλυντικού υψηλής ποιότητας και τιμής είναι ελαστική (η ελαστικότητα ζήτησης ως προς την τιμή του είναι μεγαλύτερη της μονάδας). Κατά τις περιόδους Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς (περιόδους αιχμής) η ζήτηση του εν λόγω προϊόντος αυξάνεται ακόμη και αν η τιμή του αυξάνεται, ενώ στις υπόλοιπες περιόδους του χρόνου η ζήτησή του μειώνεται μετά από μία αύξηση της τιμής του (επομένως η ελαστικότητα λαμβάνει αρνητικό πρόσημο).

ii) Από την ανάλυση της εισοδηματικής ελαστικότητας ζήτησης[183] του πρώτου καλλυντικού υψηλής ποιότητας και τιμής προκύπτει ότι κατά τις περιόδους Χριστουγέννων και Πρωτοχρονιάς το εν λόγω προϊόν χαρακτηρίζεται ως «πρώτης ανάγκης αγαθό» (η εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησης του είναι μικρότερη της μονάδας). Για τις υπόλοιπες περιόδους του χρόνου το εν λόγω προϊόν

[171] Απόφαση ΕΑ 271/IV/2004 (σημ. Β΄, παρ. 3).

[172] Βλ. σχετικά Κλαδική μελέτη ICAP, Οκτώβριος 2011 (σύνοψη).

[173] Από απαντήσεις των εταιριών και στοιχεία ληφθέντα κατά τους επιτόπιους ελέγχους που διενήργησε η ΓΔΑ στα γραφεία τους.

[174] Βλ. σχετικά, Φώτης (2013), ‘Βιομηχανική Οργάνωση και Πολιτική Ανταγωνισμού Θεωρία Βιομηχανικής Οργάνωσης Πολιτική και Δίκαιο Ανταγωνισμού Έλεγχος Συγκεντρώσεων’, Εκδόσεις Προπομπός, σελ. 148.

[175] Ο.π. σελ. 153.

[176] Ο.π. σελ. 151.

[177] Οι εν λόγω εκτιμήσεις πραγματοποιήθηκαν βάσει μεταβολών ποσοτήτων και τιμών των εν λόγω προϊόντων κατά την περίοδο 2007 - 2011 και αφορούν την πόλη της Αθήνας.

[178] Βλ. σχετικά την με ημ. αρ. πρωτ. 6702/25.10.2011 επιστολή (απάντηση στην ερώτηση 5 του με ημ. αρ. πρωτ. 5773/16.9.2011 ερωτηματολογίου της Υπηρεσίας.

[179] Ως πρώτο προϊόν επιλέχθηκε ένα άρωμα (CHANEL COCO MADEMOISELLE EDP VAPO 100ML).

[180] Ως δεύτερο προϊόν επιλέχθηκε μια κρέμα (CHANEL ECLAT ORIGINEL CREME CONFORT 50ML).

[181] Το προϊόν που επιλέχθηκε ανήκει στα 20 πρώτα καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής με τις μεγαλύτερες πωλήσεις της εταιρίας Notos com τα έτη 2010 και 2013.

[182] Ως καλλυντικό ευρείας διανομής επιλέχθηκε το προϊόν KOLYNOS ΚΡΕΜΑ ΞΥΡΙΣΜΑΤΟΣ REGULAR 100 ML. Βλ. σχετικά την με ημ. αρ. πρωτ. 8126/10.11.2014 επιστολή παροχής στοιχείων της εταιρίας Notos com.

[183] Ο.π.

χαρακτηρίζεται ως «κανονικό ή ανώτερο αγαθό» (η εισοδηματική ελαστικότητα ζήτησης του είναι μεγαλύτερη κατά 0,004 περίπου της μονάδας).

iii) Από την ανάλυση της εισοδηματικής ελαστικότητας ζήτησης του καλλυντικού ευρείας διανομής προκύπτει ότι το εν λόγω προϊόν είναι αγαθό «κανονικό ή ανώτερο». Ειδικότερα, για τα έτη 2007 και 2009, η εισοδηματική ελαστικότητα είναι μεγαλύτερη της μονάδας, ενώ για τη χρονική περίοδο 2010-2011 η εισοδηματική ελαστικότητα είναι ίση με τη μονάδα.

iv) Από την ανάλυση της σταυροειδούς ελαστικότητας ζήτησης[184] του πρώτου καλλυντικού υψηλής ποιότητας και τιμής σε σχέση με την τιμή του δεύτερου καλλυντικού υψηλής ποιότητας και τιμής προκύπτει ότι σε περιόδους αιχμής, όπως είναι αυτές των Χριστουγέννων και της Πρωτοχρονιάς, όπου η ζήτηση για το πρώτο προϊόν είναι ελαστική, τα δύο προϊόντα είναι υποκατάστατα ζήτησης (θετική σταυροειδής ελαστικότητα).[185] Αντιθέτως, κατά τις περιόδους μη αιχμής, όπου η ελαστικότητα ζήτησης έχει αρνητικό πρόσημο, τα δύο προϊόντα είναι συμπληρωματικά ζήτησης (αρνητική σταυροειδής ελαστικότητα)[186].

v) Από την ανάλυση της σταυροειδούς ελαστικότητας ζήτησης του πρώτου καλλυντικού υψηλής ποιότητας και τιμής σε σχέση με την τιμή του καλλυντικού ευρείας διανομής δεν μπορούν να προκύψουν σαφείς ενδείξεις για το βαθμό ανταγωνισμού που ενδεχομένως να δέχεται το προϊόν υψηλής ποιότητας και τιμής σε σχέση με την τιμή του καλλυντικού ευρείας διανομής[187].

96) Από τα παραπάνω και λαμβάνοντας υπόψη τις περιόδους μη αιχμής - οι περίοδοι αιχμής δεν δύναται να χρησιμοποιηθούν για την εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων - συμπεραίνεται ότι η αγορά λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής χαρακτηρίζεται από ελαστική ζήτηση και περιλαμβάνει προϊόντα συμπληρωματικά ζήτησης.

97) Εν κατακλείδι, οι ενδείξεις που προκύπτουν από την ανάλυση της αγοράς λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής δείχνουν ότι, από πλευράς ζήτησης, η εν λόγω αγορά είναι ενιαία και δεν απαιτείται η περαιτέρω διάκρισή της βάσει των πέντε προαναφερόμενων υπο-αγορών. Σε κάθε περίπτωση, το συμπέρασμα αυτό προκύπτει από την εξέταση τριών αντιπροσωπευτικών προϊόντων των αγορών καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής και ευρείας διανομής και όχι του συνόλου των προϊόντων των εν λόγω αγορών.

98) Από την πλευρά της προσφοράς, οι εμπορικές επιχειρήσεις του κλάδου τόσο σε επίπεδο χονδρικού εμπορίου (διανομείς/εισαγωγείς) όσο και σε επίπεδο λιανικού εμπορίου (καταστήματα/πολυκαταστήματα) προσπαθούν να διαθέτουν την πλήρη γκάμα των εν λόγω προϊόντων των προμηθευτών τους, ούτως ώστε να μπορούν να καλύψουν τη ζήτηση των πελατών τους (δηλαδή καταστήματα καλλυντικών κλπ. στην πρώτη περίπτωση και τελικοί καταναλωτές στη δεύτερη)[188].

99) Λαμβάνοντας υπόψη τα ανωτέρω η Υπηρεσία θεωρεί ότι ως σχετική αγορά προϊόντος στην παρούσα υπόθεση ορίζεται η κάτωθι:

Αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής[189].

Ε.2 ΣΧΕΤΙΚΗ ΓΕΩΓΡΑΦΙΚΗ ΑΓΟΡΑ

100) Η σχετική γεωγραφική αγορά περιλαμβάνει την περιοχή στην οποία προσφέρουν ή ζητούν τα σχετικά προϊόντα ή παρέχουν τις σχετικές υπηρεσίες οι συμμετέχουσες επιχειρήσεις υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού και η οποία μπορεί να διακριθεί από άλλες γειτονικές γεωγραφικές περιοχές, ιδίως λόγω των αισθητά διαφορετικών συνθηκών ανταγωνισμού που επικρατούν σ’ αυτές.

101) Η οικονομική δραστηριότητα των χονδρεμπόρων - διανομέων αλλά και των καταστημάτων λιανικής των εν λόγω καλλυντικών προϊόντων λαμβάνει χώρα σε όλη την ελληνική επικράτεια υπό επαρκώς ομοιογενείς συνθήκες ανταγωνισμού, με διαφοροποίηση να ισχύει μόνο για την αγορά των Καταστημάτων Αφορολογήτων Ειδών (ΚΑΕ)[190], στην οποία πωλούνται και καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής.

102) Συνεπώς, ως σχετική γεωγραφική αγορά στην υπό κρίση υπόθεση μπορεί να ορισθεί για τις αγορές χονδρικής και λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής το σύνολο της Ελληνικής Επικράτειας, πλην της αγοράς των ΚΑΕ.

ΣΤ. ΑΝΑΛΥΣΗ ΑΓΟΡΩΝ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΥΨΗΛΗΣ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΤΙΜΗΣ

ΣΤ.1 ΓΕΝΙΚΑ ΣΤΟΙΧΕΙΑ ΓΙΑ ΤΟΝ ΚΛΑΔΟ ΤΩΝ ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

103) Στην ευρύτερη αγορά καλλυντικών, πολύ σημαντικό ρόλο διαδραματίζει η διαφήμιση των εμπορικών σημάτων των προϊόντων, γεγονός που δικαιολογεί τα σημαντικά κονδύλια που δαπανούν ετησίως οι επιχειρήσεις του κλάδου για τη διαφημιστική προβολή των προϊόντων τους. Η προώθηση των καλλυντικών γίνεται με διαφόρους τρόπους, όπως με τη χρήση εκπτωτικών κουπονιών ή την προσφορά δώρων με την αγορά ενός ή περισσοτέρων προϊόντων.

104) Το δίκτυο διανομής των καλλυντικών διαφέρει ανάλογα με την κατηγορία του προϊόντος και την τοποθέτηση που επιθυμεί να επιτύχει η επιχείρηση γι’ αυτό στην αγορά. Ειδικότερα, η αγορά των καλλυντικών αποτελείται από:

[184] Για την εκτίμηση της εν λόγω ελαστικότητας χρησιμοποιήθηκαν μεταβολές ποσοτήτων και τιμών κατά την περίοδο 2007-2010.

[185] Βλ. σχετικά ό.π., Φώτης (2013), σελ. 151.

[186] Ο.π., σελ. 152.

[187] Από τα στοιχεία που προσκόμισε η εταιρία NOTOS COM την με ημ. αρ. πρωτ. 8126/10.11.2014 επιστολή παροχής στοιχείων της προκύπτει ότι η τιμή του προϊόντος ΚΡΕΜΑ ΞΥΡΙΣΜΑΤΟΣ REGULAR 100 ML παραμένει ίδια κατά την χρονική περίοδο 2009-2011. Αυτό έχει σαν αποτέλεσμα να μην μπορεί η Υπηρεσία να εκτιμήσει την σταυροειδή ελαστικότητα ζήτησης του πρώτου καλλυντικού ψηλής ποιότητας και τιμής με το προϊόν ευρείας διανομής για τη συγκεκριμένη χρονική περίοδο.

[188] Πράγματι οι εν λόγω εταιρίες προμηθεύονται και διανέμουν όλα τα είδη των υποκατηγοριών καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, καθώς και διαφόρων εμπορικών σημάτων, οπότε προσφέρεται μεγάλη ποιοτική ποικιλία για το ίδιο προϊόν. Βλ. (ενδεικτικά) και Απόφαση ΕΑ 385/V/2008, όπου έχει ληφθεί το κριτήριο της υποκατάστασης από την πλευρά της προσφοράς για την οριοθέτηση της σχετικής αγοράς.

[189] Για λόγους πληρότητας σημειώνεται ότι η ίδια οριοθέτηση ισχύει και για την αγορά λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής.

[190] Βλ. και αποφάσεις ΕΑ 114/98 και 117Β΄/ΙΙ/2000. Ειδικά για την αγορά των ΚΑΕ έχει ορισθεί ότι ως σχετική γεωγραφική αγορά είναι η ελληνική ταξιδιωτική αγορά (βλ. και απόφαση ΕΑ 364/V/2007).

α) Το δίκτυο ευρείας διανομής, στο οποίο περιλαμβάνονται τα σουπερμάρκετ και τμήματα self - service σε καταστήματα πώλησης καλλυντικών.

β) Το δίκτυο επιλεκτικής διανομής, στο οποίο περιλαμβάνονται καταστήματα καλλυντικών, όπου εξειδικευμένοι πωλητές παρέχουν συμβουλές στους καταναλωτές σχετικά με το προϊόν που ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες τους.

γ) Το δίκτυο των απευθείας πωλήσεων, που περιλαμβάνει κατά κύριο λόγο πωλήσεις καλλυντικών κατ΄ οίκον (door to door) και σε μικρότερο ποσοστό πωλήσεις μέσω ταχυδρομείου και διαδικτύου.

105) Επίσης, καλλυντικά διατίθενται και μέσω φαρμακείων, ινστιτούτων αισθητικής (διαθέτουν εξειδικευμένα καλλυντικά) και κομμωτηρίων (διαθέτουν κυρίως προϊόντα περιποίησης μαλλιών).

106) Στην αγορά καλλυντικών ευρείας διανομής σημαντικό ρόλο παίζει η τοποθέτηση των προϊόντων στα ράφια των υπεραγορών (σουπερμάρκετ), κυρίως λόγω της πληθώρας των εμπορικών σημάτων που περιλαμβάνει η συγκεκριμένη αγορά. Η τοποθέτηση των προϊόντων διαφέρει από κατάστημα σε κατάστημα, αλλά στις περισσότερες αλυσίδες γίνεται ανά εμπορικό σήμα.

107) Στην αγορά καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής αρκετές επιχειρήσεις συνηθίζουν να παρέχουν δείγματα δωρεάν με την αγορά ενός ή περισσοτέρων προϊόντων. Στην εν λόγω αγορά θεωρείται ιδιαίτερα σημαντική η παρουσία εξειδικευμένων πωλητών και αισθητικών συμβούλων, οι οποίοι εξυπηρετούν, ενημερώνουν και βοηθούν τους καταναλωτές στην επιλογή του καλλυντικού προϊόντος που ταιριάζει καλύτερα στις ανάγκες τους, ενίοτε δε προσφέρουν και υπηρεσίες προσωπικής περιποίησης στα πλαίσια επίδειξης - εφαρμογής προϊόντων μακιγιάζ.

108) Αναφορικά με την εμπορική πολιτική των καταστημάτων λιανικής πώλησης καλλυντικών προς τους καταναλωτές, σημειώνεται ότι από το 2006 (δηλαδή μετά την εφαρμογή του ν. 3377/2005) ο οποίος αναφέρεται γενικά στις εκπτώσεις καταναλωτικών αγαθών) οι εκπτώσεις γίνονται σε συγκεκριμένο διάστημα το χειμώνα και το καλοκαίρι[191]. Ωστόσο, λόγω της παρατεταμένης οικονομικής ύφεσης, αρκετές αλυσίδες του κλάδου έχουν προχωρήσει στην παροχή προσφορών (κυρίως στα καλλυντικά επιλεκτικής διανομής) για διάστημα μεγαλύτερο από το προαναφερόμενο.

109) Η εξέλιξη της ευρύτερης αγοράς καλλυντικών διαφοροποιείται ανάλογα με το κανάλι διανομής:

Εγχώρια ευρύτερη αγορά καλλυντικών ανά κανάλι διανομής (1996-2011), σε € χιλ. (τιμές χονδρικής)						
Έτος	Ευρεία Διανομή	Επιλεκτική Διανομή	Φαρμακεία	Κομμωτήρια	Απευθείας πωλήσεις	Σύνολο
1996	184.900	127.700	32.300	35.200	22.000	402.100
1997	199.450	129.150	38.150	38.150	46.100	451.000
1998	225.000	146.700	49.900	47.000	58.700	527.300
1999	286.700	162.600	54.300	49.900	54.000	607.500
2000	319.800	199.400	58.700	54.000	48.700	680.600
2001	349.000	213.000	63.000	60.000	48.500	733.500
2002	379.000	236.000	67.000	67.000	52.500	801.500
2003	385.578	236.322	74.700	82.500	60.300	839.400
2004	392.275	240.425	78.400	87.100	65.200	863.400
2005	421.215	269.475	86.350	82.150	75.000	934.190
2006	422.300	265.300	102.000	75.000	78.000	942.600
2007	470.500	276.000	104.500	68.500	85.500	1.005.000
2008	485.000	237.500	147.000	64.000	97.500	1.031.000
2009	475.300	221.200	142.300	60.200	97.000	996.000
2010	428.000	184.000	135.000	55.000	91.000	893.000
2011*	376.000	147.000	122.000	50.000	80.000	775.000
*Πρόβλεψη						

Πηγή: Κλαδική μελέτη ICAP, Οκτώβριος 2011, σελ. 141.

[191] Αναφορικά με το καθεστώς των εκπτώσεων, κατά το χρονικό διάστημα στο οποίο αφορά η παρούσα υπόθεση, ίσχυαν οι γενικές διατάξεις του ν. 3377/2005, που τροποποίησε το ν. 802/1978 και αφορούν στην πώληση όλων των εμπορευμάτων. Ειδικότερα, σύμφωνα με το άρθρο 14 του ν. 3377/2005: «[τ]ο άρθρο 15 του ν. 802/1978 (ΦΕΚ 121 Α΄), όπως ισχύει, αντικαθίσταται ως εξής: Άρθρο 15. 1. Επιτρέπεται η πώληση εμπορευμάτων με μειωμένες τιμές δύο φορές το χρόνο (τακτικές εκπτώσεις) στις εξής μόνο περιπτώσεις: α) για διάστημα πέντε (5) εβδομάδων από την 20η Ιανουαρίου κάθε έτους, εφόσον συμπίπτει με ημέρα Δευτέρα, άλλως από την αρχή της πρώτης εβδομάδας μετά την παραπάνω ημερομηνία, β) για διάστημα έξι (6) εβδομάδων από την 15η Ιουλίου κάθε έτους, εφόσον συμπίπτει με ημέρα Δευτέρα, άλλως από την αρχή της πρώτης εβδομάδας, μετά την ανωτέρω ημερομηνία. Τριάντα (30) ημέρες πριν από την έναρξη των εκπτώσεων σύμφωνα με τις περιπτώσεις α΄ και β΄, απαγορεύεται στους υπεύθυνους των εμπορικών καταστημάτων να ανακοινώνουν προς το κοινό εκπτώσεις ή προσφορές με οποιονδήποτε τρόπο, ιδίως με διαφήμιση, επιστολές ή ανάρτηση διαφημιστικών πινακίδων. Η αναγραφή της παλαιάς και της νέας τιμής των προϊόντων που πωλούνται με έκπτωση είναι υποχρεωτική σε εμφανή σημεία του καταστήματος και οπωσδήποτε στα σημεία όπου αυτά εκτίθενται….».

110) Η αγορά καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατέγραψε τις μεγαλύτερες απώλειες. Το 2010 η συγκεκριμένη αγορά εκτιμάται σε €184 εκατ. (μείωση 17% περίπου σε σχέση με το 2009). Η περαιτέρω συμπίεση του διαθέσιμου εισοδήματος κατά το έτος (2011), στρέφει τους καταναλωτές σε οικονομικότερες λύσεις και περιορίζει την πραγματοποίηση αγορών σε εξειδικευμένα καταστήματα. Ως εκ τούτου, η εν λόγω κατηγορία αναμενόταν το 2011 να σημειώσει σημαντική πτώση της τάξης του 20%. Το 2010 διατέθηκαν μέσω του καναλιού επιλεκτικής διανομής κυρίως αρώματα και προϊόντα περιποίησης δέρματος.

111) Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη της ICAP (2006), προκύπτει ότι «οι δείκτες κερδοφορίας (μέσος όρος πενταετίας) διαμορφώθηκαν σε 53,48% (περιθώριο μικτού κέρδους), 5,56% (περιθώριο λειτουργικού κέρδους) και 5,64% (περιθώριο καθαρού κέρδους). Ακόμη, ο μέσος δείκτης αποδοτικότητας ιδίων κεφαλαίων ανήλθε σε 63,80% ενώ η αποδοτικότητα απασχολουμένου κεφαλαίου σε 50,21%». Επίσης, βάσει δείγματος 55 επιχειρήσεων καλλυντικών για τις οποίες υπήρχαν διαθέσιμα δημοσιευμένα στοιχεία ισολογισμών η μελέτη έδειξε ότι «το σύνολο του ενεργητικού των επιχειρήσεων σημείωσε αύξηση 14,6% το 2006 σε σχέση με το 2005, ενώ ανάλογη εξέλιξη είχαν και τα ίδια κεφάλαια τα οποία σημείωσαν αύξηση 12,5% το 2006. Οι πωλήσεις των 55 εταιρειών αυξήθηκαν κατά 7,3% το 2006. Τέλος, το κέρδος προ φόρου εισοδήματος των επιχειρήσεων σημείωσε αύξηση το ίδιο έτος κατά 3,4%».

112) Σύμφωνα με την κλαδική μελέτη της ICAP (Οκτώβριος 2011): «…. β) Οι συνολικές πωλήσεις 50 αντιπροσωπευτικών εταιρειών, οι οποίες έχουν ως βασική δραστηριότητα την παραγωγή ή και τις εισαγωγές καλλυντικών, μειώθηκαν το 2010 κατά 8,2% σε σχέση με το 2009. Το περιθώριο μικτού κέρδους των εξεταζόμενων επιχειρήσεων κυμάνθηκε κατά μέσο όρο σε 52,60% την πενταετία 2006-2010, ενώ το αντίστοιχο περιθώριο καθαρού κέρδους EBITDA διαμορφώθηκε σε 7,77%. γ) Η εγχώρια παραγωγή καλλυντικών (σε αξία) ακολούθησε φθίνουσα πορεία την περίοδο 2007-2010 (μείωση 8,3% το 2010/09). Τα προϊόντα περιποίησης δέρματος κάλυψαν το 2010 το 38,9% της παραγωγής και ακολούθησαν τα προϊόντα περιποίησης μαλλιών (32,3%) δ) Η αξία της εγχώριας αγοράς καλλυντικών (σε τιμές χονδρικής) ήταν ανοδική την περίοδο 2000-2008, σημειώνοντας μέσο ετήσιο ρυθμό αύξησης 5,3%. Από το 2009 παρουσιάζει πτωτική πορεία, το δε 2010 εκτιμάται ότι μειώθηκε κατά 10,3% σε σχέση με το προηγούμενο έτος. Το ίδιο έτος τα προϊόντα περιποίησης δέρματος κάλυψαν το 48,2% της συνολικής αγοράς. ε) Το 2011 η συνολική αξία της αγοράς καλλυντικών αναμένεται να καταγράψει περαιτέρω απώλειες, το δε ποσοστό μείωσης προβλέπεται ότι θα κυμανθεί στο 13% (σε σχέση με το 2010). Υψηλότερη εκτιμάται ότι θα είναι η πτώση στο κανάλι της επιλεκτικής διανομής (της τάξης του 20%). στ) Το κανάλι της ευρείας διανομής εκτιμάται ότι κάλυψε το 47,9% της συνολικής αγοράς καλλυντικών το 2010 και ακολούθησε το κανάλι της επιλεκτικής διανομής με ποσοστό 20,6%. ζ) Η Ευρώπη αντιπροσωπεύει περίπου το 1/3 της παγκόσμιας αγοράς καλλυντικών. Η αξία της Ευρωπαϊκής αγοράς καλλυντικών εκτιμάται το 2010 σε €69,2 δισ. (σε τιμές λιανικής), παρουσιάζοντας οριακή αύξηση (0,4%) σε σχέση με το 2009».

113) Σύμφωνα δε με την κλαδική μελέτη της ICAP (Σεπτέμβριος 2014), «…. η αξία της συνολικής εγχώριας παραγωγής καλλυντικών παρουσίασε σταθεροποιητικές τάσεις τη διετία 2012-2013, γεγονός το οποίο αποδίδεται αφενός μεν στην αυξανόμενη «εμπιστοσύνη» των καταναλωτών στα ελληνικά προϊόντα, αφετέρου δε στην ενισχυμένη εξαγωγική δραστηριότητα»[192]. Παρόλο που «οι συνολικές πωλήσεις καλλυντικών (παραγόμενων και εισαγόμενων, σε τιμές χονδρικής) αυξήθηκαν την περίοδο 2000-2009, με μέσο ετήσιο ρυθμό ανόδου 4,9%, ……. από το 2010 η συγκεκριμένη αγορά είναι πτωτική, εκτιμάται δε ότι οι συνολικές πωλήσεις υποχώρησαν κατά περίπου 25% την τελευταία τριετία. Αναφορικά με τη διάρθρωση της αγοράς καλλυντικών, σημειώνεται ότι τα προϊόντα περιποίησης δέρματος αποτελούν διαχρονικά την κυριότερη κατηγορία καλλυντικών (50% των συνολικών πωλήσεων), ενώ ακολουθούν τα προϊόντα περιποίησης μαλλιών με ποσοστό 34%.[193] Σύμφωνα με τα συμπεράσματα της μελέτης, η αξία της συνολικής εγχώριας παραγωγής καλλυντικών τη διετία 2012-2013 παρουσίασε σταθεροποιητικές τάσεις, γεγονός το οποίο αποδίδεται αφενός μεν στην αυξανόμενη «εμπιστοσύνη» των καταναλωτών στα ελληνικά προϊόντα, αφετέρου δε στην ενισχυμένη εξαγωγική δραστηριότητα. Το κανάλι της ευρείας διανομής εκτιμάται ότι καλύπτει το 49% της συνολικής αξίας της αγοράς καλλυντικών και ακολουθεί το κανάλι της επιλεκτικής διανομής με ποσοστό 19%. Οι εταιρείες του κλάδου προκειμένου να αντιμετωπίσουν τη μειωμένη ζήτηση και να «συγκρατήσουν» τις πωλήσεις τους, αναπτύσσουν νέα προϊόντα, με στόχο την κάλυψη εξειδικευμένων αναγκών των καταναλωτών, ενώ παράλληλα «ωθούνται» στην παροχή εκπτώσεων, προσφορών κ.ά... Από την ανάλυση του ομαδοποιημένου ισολογισμού ο οποίος συντάχθηκε με βάση αντιπροσωπευτικό δείγμα 51 επιχειρήσεων του κλάδου (παραγωγικών/εισαγωγικών) προκύπτουν τα εξής συμπεράσματα: Το σύνολο του ενεργητικού των εταιρειών του δείγματος μειώθηκε κατά 11,8% το 2012/11, ενώ τα ίδια κεφάλαια δεν παρουσίασαν αξιόλογη μεταβολή την ίδια περίοδο (οριακή αύξηση 0,6%). Επίσης, οι συνολικές πωλήσεις των 51 εταιρειών του δείγματος μειώθηκαν κατά 3,6% το 2012/11 και παράλληλα τα μικτά κέρδη υποχώρησαν κατά 4,2%. Το συνολικό λειτουργικό αποτέλεσμα μειώθηκε κατά 11%, γεγονός το οποίο σε συνδυασμό και με τη μείωση των μη λειτουργικών εσόδων οδήγησαν σε δραστική επιδείνωση του καθαρού (προ φόρου) αποτελέσματος το 2012. Τα κέρδη EBITDA περιορίστηκαν κατά 12% περίπου».[194]

[192] Βλ. σχετικά http://www.tovima.gr/finance/article/?aid=600731.

[193] Τα προϊόντα περιποίησης δέρματος το 2006 αντιπροσώπευσαν το 48,4% της συνολικής αγοράς και ακολούθησαν τα προϊόντα περιποίησης μαλλιών, με ποσοστό 29,3% περίπου. Τα προϊόντα μακιγιάζ και τα αρώματα συγκέντρωσαν αντιστοίχως το 11,4% και το 11% της αγοράς. Βλ. σχετικά Κλαδική μελέτη ICAP, 2006.

[194] Βλ. σχετικά http://www.imerisia.gr/article.asp?catid=26519&subid=2&pubid=113273437.

ΣΤ.2 ΑΓΟΡΑ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ

ΣΤ.2.1. Μέγεθος και μερίδια αγοράς, βαθμός συγκέντρωσης

114) Η αξιολόγηση του μεγέθους αγοράς, των μεριδίων αγοράς και του βαθμού συγκέντρωσης, τόσο της χονδρικής όσο και την λιανικής αγοράς πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής βασίσθηκε σε προσκομισθέντα στοιχεία, κατόπιν σχετικών ερωτηματολογίων της Υπηρεσίας, των εμπλεκόμενων εταιριών στη παρούσα αυτεπάγγελτη έρευνα. Σύμφωνα με τα στοιχεία που έχει στην διάθεση της η Υπηρεσία, οι σημαντικότερες εταιρίες που δραστηριοποιούντο, κατά την υπό εξέταση περίοδο, στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής είναι οι εξής:[195]

• NOTOS COM
• ESTEE LAUDER HELLAS A.E.
• Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε.
• L’OREAL HELLAS A.E.
• ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ
• PCD HELLAS

115) Όπως προελέχθη στην Ενότητα Β.1., εκ των παραπάνω εταιριών χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής η εταιρία NOTOS COM δραστηριοποιείται και στην λιανική αγορά πώλησης καλλυντικών ψηλής ποιότητας και τιμής. Σημειώνεται ότι η ανάλυση που ακολουθεί έχει λάβει υπόψη της το άθροισμα των πωλήσεων των υπό έρευνα επιχειρήσεων ως συνολικό μέγεθος της αγοράς, λόγω έλλειψης διαθέσιμων στοιχείων για το σύνολο της εγχώριας αγοράς. Σε κάθε περίπτωση, η κάτωθι ανάλυση αποτελεί την καλύτερη προσέγγιση για την εκτίμηση της θέσης των εταιριών και τη διάρθρωση της αγοράς, καθώς αποτυπώνει τα στοιχεία των μεγαλύτερων εταιριών του κλάδου και ως εκ τούτου εκτιμάται ότι οι διαφορές με τα πραγματικά μερίδια αγοράς τους θα είναι σχετικά μικρές. Επίσης, σημειώνεται ότι:

- Για την εταιρία Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε. δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία πωλήσεων κατά την περίοδο 2010 - 2013,[196] ενώ τα στοιχεία πωλήσεων στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά την περίοδο 2003 - 2009 συμπίπτουν με τις πωλήσεις της εταιρίας στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής κατά την ίδια περίοδο.[197]

- Τα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ κατά την περίοδο 2003 - 2009 αφορούν πωλήσεις της εταιρίας στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής, ενώ κατά την περίοδο 2010 - 2013 τα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας αφορούν στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής. Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι από την εξέταση των διαθέσιμων στοιχείων πωλήσεων της εταιρίας τόσο στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής όσο και στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά το έτος 2010 προκύπτει ότι οι πωλήσεις της εταιρίας είναι κατά […] στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής σε σχέση με την αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής.

- Τα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας Estee Lauder Hellas A.E. κατά την περίοδο 2003 - 2007 αφορούν πωλήσεις της εταιρίας στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής, ενώ κατά την περίοδο 2008 - 2013 τα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας αφορούν στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής. Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι από την εξέταση των διαθέσιμων στοιχείων πωλήσεων της εταιρίας τόσο στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής όσο και στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά την περίοδο 2008 - 2011 προκύπτει ότι οι πωλήσεις της εταιρίας είναι […] στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής σε σχέση με την αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής.

- Τα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας NOTOS COM κατά την περίοδο 2004 - 2013 αφορούν πωλήσεις της εταιρίας με την ιδιότητα του χονδρέμπορου. Τα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας L’OREAL HELLAS A.E. κατά το έτος 2003 αφορούν πωλήσεις της εταιρίας στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής, ενώ κατά την περίοδο 2004 - 2013 τα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας αφορούν στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής. Αξίζει να σημειωθεί εδώ ότι από την εξέταση των διαθέσιμων στοιχείων πωλήσεων της εταιρίας τόσο στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής όσο και στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά την περίοδο 2004 - 2011 προκύπτει ότι οι πωλήσεις της εταιρίας στο δίκτυο επιλεκτικής διανομής […] με τις αντίστοιχες πωλήσεις της εταιρίας στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής.

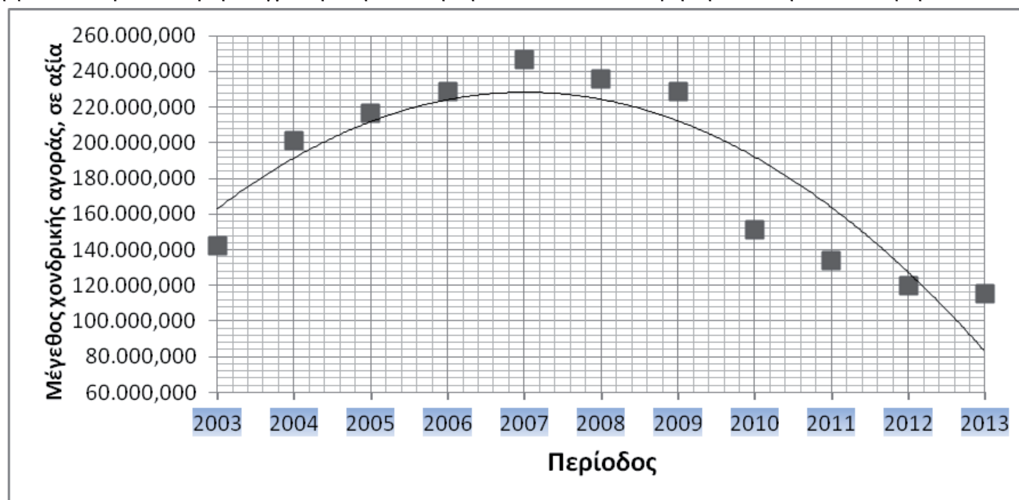
116) Το μέγεθος της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά την περίοδο 2003 - 2013 παρουσιάζεται στο Διάγραμμα 1, στο οποίο διαφαίνεται ότι το μέγεθος αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής χαρακτηρίζεται από τρεις περιόδους: την περίοδο άνθησης του που διαρκεί από το 2003 έως το 2007, την περίοδο ήπιας ύφεσης του, που διαρκεί για δύο έτη (2008 - 2009) και την περίοδο ραγδαίας ύφεσης του, που διαρκεί από το 2010 έως το 2013.

[195] Βλ. σχετικά τις επιστολές με ημ. αρ. πρωτ. 6702/25.10.2011, 7064/29.9.2014 (NOTOS COM), 5609/20.9.2010, 6113/30.9.2011, 7356/8.10.2014 (Estee Lauder Hellas A.E.), 5517/14.9.2010, 6117/30.9.2011 (Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε.), 5615/20.9.2010, 6119/30.9.2011, 7242/3.10.14 (L’OREAL HELLAS A.E.), 5610/20.9.2010, 6112/30.9.2011, 7357/8.10.2014 (ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ) και 5468/10.9.2010, 6118/30.9.2011, 7277/6.10.2014 (PCD HELLAS). Στις 18.9.2014 (ημ. αρ. πρωτ. 7684/18.9.2014) η Υπηρεσία απέστειλε (με δικαστικό επιμελητή) ερωτηματολόγιο στην εταιρία Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε. στο οποίο η τελευταία δεν απάντησε.

[196] Ως εκ τούτου το μέγεθος αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά την περίοδο 2010 – 2013 θα είναι ελαφρώς μικρότερο σε σχέση με αντίστοιχο μέγεθος αγοράς με τις πωλήσεις της εταιρίας Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε.

[197] Το ίδιο ισχύει για την εταιρία PCD HELLAS για την περίοδο 2003 - 2013. Θα πρέπει να σημειωθεί εδώ ότι τα προϊόντα της εταιρίας διανέμονται μόνο από το κανάλι της επιλεκτικής διανομής. Βλ. σχετικά απαντητική επιστολή της εταιρίας με ημ. αρ. πρ. 7277/6.10.2014.

Διάγραμμα 1: Μέγεθος αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλή ποιότητας και τιμής (2003-2013)



117) Συγκεκριμένα, κατά την περίοδο 2003 - 2007, το μέγεθος αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής αυξάνεται, φθάνοντας στο μέγιστο του (246,883.685) το έτος 2007. Η ποσοστιαία αύξηση του είναι της τάξεως περίπου του[198] α) 29,14% από το έτος 2003 στο έτος 2004,[199] β) 7,10% από το έτος 2004 στο έτος 2005, γ) 5,37% από το έτος 2005 στο έτος 2006 και δ) 7,3% από το έτος 2006 στο έτος 2007.

118) Κατά την περίοδο 2008 - 2009 το μέγεθος αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, παρόλο που είναι μειωμένο σε σχέση με τα επίπεδα του έτους 2007 (235,827.363 και 228,938.914 για τα έτη 2008 και 2009 αντίστοιχα), κατορθώνει να παραμείνει σε υψηλά επίπεδα. Η ποσοστιαία μείωση του είναι της τάξεως περίπου του α) 4,69% από το έτος 2007 στο έτος 2008 και κατά περίπου 3% από το έτος 2008 στο έτος 2009.

119) Κατά την περίοδο 2010 - 2013, το μέγεθος αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μειώνεται σε σημαντικό βαθμό φθάνοντας στο ελάχιστό του (115,128.801) το έτος 2013. Η ποσοστιαία μείωση του είναι της τάξεως περίπου του α) 51,1% από το έτος 2009 στο έτος 2010, β) 12,9% από το έτος 2010 στο έτος 2011, γ) 11,7% από το έτος 2011 στο έτος 2012 και δ) 4,4% από το έτος 2012 στο έτος 2013.[200]

120) Στο σύνολο της υπό εξέτασης περιόδου, το 2010 είναι το έτος με την μεγαλύτερη μείωση (51,1% περίπου) και το 2004 είναι το έτος με την μεγαλύτερη αύξηση (29,14% περίπου) του μεγέθους αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής.

121) Τα μερίδια αγοράς των εταιριών της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής εμφανίζονται στον κάτωθι Πίνακα:

Μερίδια αγοράς εταιριών αγοράς χονδρικής (2003-2013), σε %						
ΕΤΟΣ	NOTOS COM	ESTEE LAUDER HELLAS A.E.	Π.Ν.Γ/ GER/TOS COSMETICS	L’OREAL HELLAS A.E.	ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ	PCD HELLAS
2003	[…]	[35-45]%	[15-25]%	[15-25]%	[5-10]%	[10-15]%
2004	[15-25]%	[25-35]%	[10-15]%	[15-25]%	[5-10]%	[10-15]%
2005	[15-25]%	[25-35]%	[10-15]%	[15-25]%	[5-10]%	[10-15]%
2006	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%	[5-10]%	[10-15]%
2007	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[10-15]%	[0-5]%	[10-15]%
2008	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[10-15]%	[0-5]%	[10-15]%
2009	[15-25]%	[25-35]%	[15-25]%	[15-25]%	[0-5]%	[10-15]%
2010	[25-35]%	[25-35]%	[…]	[15-25]%	[0-5]%	[10-15]%
2011	[25-35]%	[25-35]%	[…]	[15-25]%	[5-10]%	[10-15]%
2012	[15-25]%	[25-35]%	[…]	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%
2013	[15-25]%	[35-45]%	[…]	[15-25]%	[10-15]%	[10-15]%
*Δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας για τον υπολογισμό των μεριδίων αγοράς της εταιρίας.						

Πηγή: Επεξεργασία προσκομισθέντων στοιχείων στα ερωτηματολόγια της Υπηρεσίας

[198] Η ποσοστιαία αύξηση του μεγέθους από το έτος 2002 στο έτος 2003 είναι της τάξεως περίπου του 8,65%. Για τα εν λόγω έτη δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία πωλήσεων για την καταγγέλλουσα εταιρία και ως εκ τούτου τόσο το μέγεθος αγοράς όσο και η μεταβολή του από έτος σε έτος να έχουν ενδεχομένως υποεκτιμηθεί.

[199] Ισχύει ότι παραπάνω για το έτος 2003.

[200] Θα πρέπει να επισημανθεί εδώ ότι για την συγκεκριμένη χρονική περίοδο δεν υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία πωλήσεων της εταιρίας Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε.

122) Τρία είναι τα βασικά χαρακτηριστικά του ανωτέρω Πίνακα:

α) η αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής χαρακτηρίζεται ως μια ολιγοπωλιακή αγορά με μια επιχείρηση που κατέχει μεν υψηλό μερίδιο αγοράς, αλλά δεν κατέχει ατομική δεσπόζουσα θέση, και ένα σύνολο ανταγωνιστικών εταιριών που από κοινού θέτουν περιορισμούς στην πρώτη επιχείρηση της αγοράς,

β) η εταιρία ESTEE LAUDER HELLAS A.E. διαχρονικά κατέχει την πρώτη θέση της αγοράς,

γ) η καταγγέλλουσα εταιρία είναι η δεύτερη εταιρία της αγοράς, όπου διαχρονικά το μερίδιο αγοράς της είναι μεγαλύτερο του [15-25]% (τα έτη 2008 και 2009 το μερίδιο αγοράς της εταιρίας είναι υψηλότερο του [25-35]%%) και τα ελαφρώς αυξημένα μερίδια όλων των εταιριών της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά το έτος 2003 και τη περίοδο 2010-2013, δεδομένου του γεγονότος ότι κατά τα συγκεκριμένα έτη δεν έχουν συμπεριληφθεί στον υπολογισμό του μεγέθους αγοράς οι πωλήσεις των εταιριών Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε. (για τη περίοδο 2010-2013) και NOTOS COM (για το έτος 2003).

123) Η εταιρία ESTEE LAUDER HELLAS A.E. κατέχει την πρώτη θέση στην αγορά με μερίδιο αγοράς που ξεπερνάει το [35-45]% το έτος 2013. Η εταιρία παρουσίασε μείωση του μεριδίου αγοράς -της κατά την περίοδο 2007 - 2009, όπου από το 2006 απώλεσε [0-5]% μερίδιο αγοράς, κατόρθωσε να επανέλθει σε υψηλά επίπεδα μεριδίου αγοράς το έτος 2010 παρουσιάζοντας αύξηση από το έτος 2009 κατά [15-25]% περίπου, ενώ τη περίοδο 2010-2013 κέρδισε [10-15]% μερίδιο αγοράς, το οποίο αντικατοπτρίζει αύξηση της τάξεως του [35-45]% σε σχέση με το μερίδιο αγοράς του έτους 2009.

124) Η NOTOS COM αποτελεί την δεύτερη εταιρία της αγοράς. Από το 2004 μέχρι το 2013 το μερίδιο αγοράς της εταιρίας παρουσίασε μείωση της τάξεως του [0-5]%. Η μείωση του μεριδίου αγοράς της εταιρίας παρουσιάζεται την τριετία 2011-2013, όπου σε ποσοστιαίες μονάδες αγγίζει το [5-10]%, ενώ και τα έτη 2006 και 2009 σε σχέση με τα έτη 2005 και 2008 απώλεσε μερίδιο αγοράς της τάξεως του [0-5]% και [0-5]% αντίστοιχα.

125) Η τρίτη εταιρία της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής είναι η L’OREAL HELLAS A.E., για τις χρονικές περιόδους 2003 - 2006 και 2010 - 2013. Το μερίδιο αγοράς της εταιρίας είναι σταθερά άνω του [10-15]% και [15-25]% αντίστοιχα για τις δύο χρονικές περιόδους, αγγίζοντας τα υψηλότερα επίπεδα του τα έτη 2013 ([15-25]%). Για τη περίοδο 2007 -2009 η τρίτη εταιρία της αγοράς είναι η εταιρία Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ Α.Ε.Β.Ε. όπου το μερίδιο αγοράς της το έτος 2008 φθάνει το [15-25]%.

126) Η τέταρτη εταιρία της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά την περίοδο 2003-2006 είναι η Π.Ν. ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ. Κατά την εν λόγω χρονική περίοδο το μερίδιο της εταιρίας έφθασε στο υψηλότερο σημείο του το έτος 2003 ([15-25]%), ενώ παρουσίασε σταθεροποιητικές τάσεις δεδομένου ότι η μείωση του από το 2003 στο 2006 ήταν πολύ μικρή ([0-5]%). Για τη περίοδο 2007-2009 η τέταρτη εταιρία της αγοράς είναι η εταιρία L’OREAL HELLAS A.E., όπου το μερίδιο αγοράς της το έτος 2008 φθάνει το [10-15]%.

127) Οι εταιρίες PCD HELLAS και ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ αποτελούν την πέμπτη και έκτη εταιρία της αγοράς αντίστοιχα. Η μεν πρώτη παρουσιάζει σταθερή σχετικά πορεία του μεριδίου αγοράς της σε όλη την υπό εξέταση περίοδο, ενώ η δεύτερη παρουσιάζει μερίδια αγοράς χαμηλότερα το [5-10]% μέχρι και το έτος 2011, ενώ τα έτη 2012 και 2013 τα μερίδια αγοράς της εταιρίας ξεπερνούν το [10-15]%.

128) Η ανάλυση της περιόδου 2004-2009 βοηθάει στην εξαγωγή ασφαλών συμπερασμάτων δεδομένου ότι κατά την συγκεκριμένη χρονική περίοδο υπάρχουν διαθέσιμα στοιχεία πωλήσεων και για τις 6 επιχειρήσεις της αγοράς. Από την ανάλυση των εν λόγω στοιχείων προκύπτει ότι κατά την συγκεκριμένη περίοδο καμία επιχείρηση της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής δεν κατέχει ατομική δεσπόζουσα θέση. Το μερίδιο αγοράς της πρώτης εταιρίας της αγοράς δεν ξεπερνάει το [25-35]% την περίοδο 2004-2009. Οι δύο πρώτες επιχειρήσεις της αγοράς (ESTEE LAUDER HELLAS A.E. και NOTOS COM) οριακά αγγίζουν από κοινού μερίδιο αγοράς της τάξεως του [45-55]% (άλλοτε είναι χαμηλότερο και άλλοτε υψηλότερο του [45-55]%). Το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των καταγγελλομένων επιχειρήσεων είναι μεγαλύτερο του [65-75]%, ενώ το αθροιστικό μερίδιο αγοράς και των έξι εμπλεκομένων επιχειρήσεων (συμπεριλαμβανομένης δηλ. και της NOTOS) προσεγγίζει το [95-100]%. Αυτό άλλωστε καταδεικνύει εμμέσως πλην σαφώς ότι καρτελική σύμπραξη χωρίς τη συμμετοχή της δεύτερης σε μέγεθος εταιρίας, ήτοι της NOTOS, θα ήταν μάλλον αδύνατο να υπάρξει και σε κάθε πάντως περίπτωση θα ήταν εξαιρετικά δύσκολο να πραγματοποιηθεί και να λειτουργήσει.

129) Ο κάτωθι Πίνακας παρουσιάζει τον δείκτη Herfindahl-Hirschman Index (εφεξής και HHI) στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής από το 2003 έως το 2013.[201]

Δείκτης HHI της αγοράς χονδρικής (2003-2013)											
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
HHI	2500,0	2044,9	2023,3	1971,1	2018,6	2055,2	1956,0	2454,0	2496,5	2302,0	2419,4

130) Κατά τη χρονική περίοδο 2004-2009, όπου στον υπολογισμό του δείκτη HHI συμμετέχουν όλες οι επιχειρήσεις της αγοράς, ο εν λόγω δείκτης κυμαίνεται περίπου στις 2000 μονάδες. Κατά την περίοδο 2010 - 2013, αλλά και το έτος 2003, όπου κατά τον υπολογισμό του δείκτη HHI δεν συμμετέχουν όλες οι επιχειρήσεις της αγοράς, ο δείκτης κυμαίνεται σε υψηλότερα επίπεδα της τάξεως των 2400 με 2500 μονάδων.

[201] Σχετικά με το δείκτη HHI βλ. Φώτης (2013), ‘Βιομηχανική Οργάνωση και Πολιτική Ανταγωνισμού Θεωρία Βιομηχανικής Οργάνωσης Πολιτική και Δίκαιο Ανταγωνισμού Έλεγχος Συγκεντρώσεων’, Εκδόσεις Προπομπός, σελ. 142.

131) Ο κάτωθι Πίνακας παρουσιάζει τον ισοδύναμο δείκτη του δείκτη Herfindahl-Hirschman[202] στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής από το 2003 έως το 2013.[203]

Ισοδύναμος Δείκτης του δείκτη HHI της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλών ποιότητας και τιμής (2003-2013)											
	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
$\frac{1}{HHI}$	3,82	4,00	4,89	4,94	5,07	4,95	4,87	5,11	4,08	4,01	4,34

132) Από τον ανωτέρω Πίνακα προκύπτει ότι κατά την περίοδο 2003 – 2013 η τιμή του ισοδύναμου δείκτη του δείκτη HHI κυμαίνεται μεταξύ 1 και n, όπου στη προκειμένη περίπτωση $n = 6$. Κατά την περίοδο 2004 - 2013 ισχύει $\frac{1}{HHI} > 4$. Ιδιαίτερα, κατά τα έτη 2007 και 2010 ο δείκτης είναι μεγαλύτερος του 5 (5.07 και 5.11 αντίστοιχα). Αυτό σημαίνει ότι η αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής τείνει περισσότερο σε μια ισότιμη κατανομή του μεγέθους των επιχειρήσεων που την απαρτίζουν παρά σε μια ανισοκατανομή αυτού.

133) Ο κάτωθι Πίνακας παρουσιάζει το βαθμό συγκέντρωσης των k μεγαλύτερων επιχειρήσεων (CR_K) της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής από το 2003 έως το 2013.[204]

Βαθμός συγκέντρωσης των k μεγαλύτερων επιχειρήσεων της αγοράς χονδρικής (2003-2013), σε %											
CR_K	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
$K = 1$*	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
$K = 3$**	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
$K = 4$***	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
$K = 5$****	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
*Βλ. σχετικά τα μερίδια αγοράς της εταιρίας ESTEE LAUDER HELLAS A.E. ** Άθροισμα των μεριδίων αγοράς των 3 μεγαλύτερων εταιριών. *** Άθροισμα των μεριδίων αγοράς των 4 μεγαλύτερων εταιριών. **** Άθροισμα των μεριδίων αγοράς των καταγγελλόμενων εταιριών.											

134) Από τον ανωτέρω Πίνακα δεν προκύπτει ότι η αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής αποτελείται από μια δεσπόζουσα επιχείρηση και μικρότερες μεγέθους επιχειρήσεις. Για $K = 1$ κατά την περίοδο 2004 - 2009 το μερίδιο αγοράς της πρώτης επιχείρησης της αγοράς είναι μικρότερο του [25-35]%. Αυτό επιβεβαιώνει και τα συμπεράσματα που προκύπτουν από την χρήση του ισοδύναμου δείκτη του δείκτη HHI.

135) Για $K = 3$ κατά την περίοδο 2004 – 2009 ο βαθμός συγκέντρωσης είναι κατά μέσο όρο περίπου στο [65-75]%, ενώ για $K = 4$ κατά την ίδια περίοδο ο βαθμός συγκέντρωσης είναι κατά μέσο όρο περίπου στο [75-85]%. Όσο αυξάνεται το K τόσο αυξάνεται το αθροιστικό μερίδιο αγοράς των επιχειρήσεων που απαρτίζουν το βαθμό συγκέντρωσης.

136) Από τον υπολογισμό του δείκτη για $K = 5$, ο οποίος δείχνει το βαθμό συγκέντρωσης των 5 καταγγελλόμενων εταιριών, προκύπτει ότι οι εν λόγω εταιρίες κατά την περίοδο 2004 - 2009 κάλυπταν περίπου το [75-85]% της αγοράς χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής.

ΣΤ.2.2. Σχέση της καταγγέλλουσας (ως λιανοπωλητή) με τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής

137) Η NOTOS COM συνεργάζεται (ως λιανοπωλητής) με τη μεγάλη πλειονότητα των εταιριών χονδρικής, που δραστηριοποιούνται στην αγορά λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής. Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζονται οι εταιρίες χονδρικής με τις οποίες συνεργάστηκε η NOTOS COM για τα έτη 2001-2013. Στην τρίτη στήλη του πίνακα, φαίνεται η χρονική στιγμή έναρξης της συνεργασίας με την κάθε εταιρία.

---

[202] Για $\frac{1}{HHI} = 1$ ο ισοδύναμος δείκτης του δείκτη Herfindahl-Hirschman λαμβάνει την χαμηλότερη τιμή και δείχνει μια αγορά με μια δεσπόζουσα επιχείρηση και πολλές μικρές επιχειρήσεις με πολύ μικρό μερίδιο αγοράς. Αντιθέτως, αν $\frac{1}{HHI} = n$, όπου n ο αριθμός των επιχειρήσεων της υπό εξέτασης σχετικής αγοράς προϊόντος τότε ο ισοδύναμος δείκτης λαμβάνει την υψηλότερη τιμή του και δείχνει μια αγορά με n επιχειρήσεις του ίδιου μεγέθους, ήτοι μια ισότιμη κατανομή του μεγέθους των επιχειρήσεων που την απαρτίζουν.

[203] Ο.π., σελ. 143.

[204] Ο.π., σελ. 143.

Εταιρίες χονδρικής με τις οποίες συνεργάζεται η NOTOS COM (2003-2013).	
ΕΠΩΝΥΜΙΑ ΕΤΑΙΡΙΑΣ	ΕΙΔΟΣ ΣΥΜΦΩΝΙΑΣ/ΕΝΑΡΞΗ ΣΥΝΕΡΓΑΣΙΑΣ
[…]	[…]
[…]	[…]
[…]	[…][205] *
[…]	[…]
[…]	[…][206]
[…]	[…][207] […]
[…]	[…]
[…]	[…]
[…]	[…][208] *
[…]	[…]
[…]	[…][209] *

* Πηγή: Παράρτημα 2 της υπ’ αρ. πρωτ. 8357/20.11.2014 επιστολής της NOTOS COM.

138) Σχετικά με τη συμβατική σχέση μεταξύ χονδρέμπορων και λιανέμπορων στην υπόψη σχετική αγορά, η CHRISTIAN DIOR αναφέρει ότι υποστηρίζει τα καταστήματα λιανικής πώλησης καλλυντικών προϊόντων με διάφορους τρόπους έτσι ώστε να ικανοποιεί τις απαιτήσεις των καταναλωτών σχετικά με τη φήμη των προϊόντων Parfums Christian Dior. Συγκεκριμένα, η εταιρία αναφέρει ότι: […]».[210], [211] Κατά την καταγγέλλουσα, αντίστοιχη υποστήριξη παρείχαν και οι υπόλοιπες καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής προς όλα τα καταστήματα λιανικής, συμπεριλαμβανομένων και των δικών της (μέχρι τα γεγονότα που περιγράφονται χρονική στιγμή της πρώτης καταγγελίας).[212] Ωστόσο, όπως καταγγέλλεται, μετά την απόφαση των εταιριών να μην υποστηρίξουν την έκπτωση, η NOTOS COM θεωρεί σημαντική την «επισήμανση της ζημίας μας, υλικής (θετικής αφού αναγκαστήκαμε να προσλάβουμε με δικές μας δαπάνες, αισθητικούς συμβούλους και να χρηματοδοτήσουμε - υποστηρίξουμε μόνοι μας εξ ολοκλήρου τη συνολική έκπτωση 50% στα προϊόντα των εν λόγω επιχειρήσεων, κι αποθετικής, από διαφυγόντα κέρδη) κι ηθικής (απομείωση της επιχειρηματικής μας φήμης κι εικόνας…)»[213].

139) Σύμφωνα δε με την καταγγέλλουσα, «[λ]όγω της ανάκλησης, από τους άλλους διανομείς, των αισθητικών συμβούλων που υποστήριζαν στα καταστήματά μας τα προϊόντα τους, πράγματι υπέστημεν μια σοβαρότατη μείωση των πωλήσεών μας προς τους καταναλωτές, η οποία έχει ως εξής, για την περίοδο Ιανουαρίου - Μαΐου 2006 (σε σύγκριση με την αντίστοιχη περίοδο του 2005), για την κάθε μάρκα καλλυντικών»[214]:

Μείωση των πωλήσεων της NOTOS COM στα προϊόντα των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής (διανομέων) για την περίοδο 2005-2006.				
ΜΑΡΚΑ	ΠΡΟΜΗΘΕΥΤΗΣ	ΠΩΛΗΣΕΙΣ 2005	ΠΩΛΗΣΕΙΣ 2006	ΜΕΤΑΒΟΛΗ
CLINIQUE	ESTEE LAUDER	[…]	[…]	[…]
CHRISTIAN DIOR	CHRISTIAN DIOR	[…]	[…]	[…]
ESTEE LAUDER	ESTEE LAUDER	[…]	[…]	[…]
LA PRAIRIE	ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ	[…]	[…]	[…]
JUVENA ORLANE	ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ	[…]	[…]	[…]
	ΣΥΝΟΛΟ:	[…]	[…]	[…]

[205] […].
[206] […].
[207] […].
[208] […].
[209] […].
[210] Βλ. απάντηση 1 της υπ’ αρ. πρωτ. 4997/04.08.2006 επιστολής, απάντηση 8 της υπ’αρ. πρωτ. 5468/10.09.2010 επιστολής και απάντηση 6 της υπ’ αρ. πρωτ. 8368/20.11.2014 της CHRISTIAN DIOR.
[211] Παρά ταύτα, όσον αφορά στην NOTOS Galleries, η CHRISTIAN DIOR στην υπ’αρ. πρωτ. 4997/04.08.2006 επιστολή της επισημαίνει ότι παρά το γεγονός ότι η τελευταία της είχε προτείνει ορισμένες προωθητικές ενέργειες, η καταγγέλλουσα «…είχε επιδείξει έντονη αδιαφορία και είτε δεν έχει προωθήσει καθόλου είτε έχει προβεί σε ιδιαίτερα περιορισμένη προώθηση των προϊόντων μας».
[212] Βλ. την υπ’ αριθ. πρωτ. 1126/24.02.2006 καταγγελία της NOTOS COM.
[213] Ό.π., σελ. 13 της υπ’ αρ. πρωτ. καταγγελίας 1126/24.02.2006 της NOTOS COM.
[214] Βλ. υπ’ αρ. πρωτ. 4267/14.07.2006 υπόμνημα της NOTOS COM, σελ. 8.

140) Περαιτέρω, όπως αναφέρεται ανωτέρω στις Ενότητες Γ.2-Γ.6[215], οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής είτε διανέμουν κατ’ αποκλειστικότητα τα προϊόντα των αλλοδαπών Ομίλων στους οποίους ανήκουν ή έχουν συνάψει συμβάσεις με οίκους καλλυντικών του εξωτερικού, σύμφωνα με τις οποίες αναλαμβάνουν τη διανομή των προϊόντων των τελευταίων κατ’ αποκλειστικότητα στην ελληνική επικράτεια. Η καταγγέλλουσα αναφέρει ότι, λόγω της αποκλειστικότητας, η ίδια δεν έλαβε καμία έγγραφη απάντηση όταν προσπάθησε να απευθυνθεί απευθείας στις αλλοδαπές εταιρίες παραγωγής προκειμένου να προμηθευτεί τα συγκεκριμένα προϊόντα[216]. Ως εκ τούτου, η NOTOS COM αναφέρει ότι στερείται ισοδύναμων εναλλακτικών λύσεων για την αγορά των εν λόγω καλλυντικών από άλλη πηγή. Άλλωστε, όπως αναφέρεται στην πρώτη καταγγελία, η προμήθεια των εν λόγω προϊόντων από άλλη πηγή «είναι άσκοπη αφού το κόστος, ο χρόνος και η διαδικασία προμήθειας των π.χ. από το εξωτερικό, ακόμα κι αν είναι δυνατή, καθιστά την εμπορία των όχι απλώς αδιάφορη οικονομικά, παρά επιζήμια για την εταιρεία μας»[217].

141) Στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζεται το ποσοστό που καλύπτουν οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής στο σύνολο (σε αξία) των αγορών καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής που πραγματοποίησε η NOTOS COM τη χρονική περίοδο 2004-2013:[218]

Ποσοστό αγορών της NOTOS COM σε καλλυντικά προϊόντα υψηλής ποιότητας και τιμής ανά εταιρία χονδρικής										
ΕΠΩΝΥΜΙΑ	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ESTEE LAUDER HELLLAS S.A.	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
PARFUMS CHR. DIOR HELLAS	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡ/ΤΟΣ	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΓΡ. ΑΒΕΕ	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΑΙΡΙΩΝ L’OREAL	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]

Πηγή: Επιστολή NOTOS COM (αρ. πρωτ. 8357/20.11.2014).

142) Από τον ανωτέρω πίνακα, προκύπτει ότι το συνολικό ποσοστό συμμετοχής των λιανικών πωλήσεων της NOTOS COM (σε αξία) καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής των 5 καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής κυμάνθηκε για τη δεκαετία 2003-2013 μεταξύ […]%-[…]%, ήταν δηλαδή αξιοσημείωτο σε σχέση με το σύνολο των λιανικών πωλήσεων της καταγγελλόμενης. Παρά ταύτα, επισημαίνεται ότι το εν λόγω ποσοστό κυμάνθηκε ειδικά για την ESTEE LAUDER από […]%-[…]% περίπου, για τη L’OREAL από […]%-[…]%, για την CHRISTIAN DIOR από […]%-[…]%, για το σύνολο των εταιριών ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ από […]%-[…]% περίπου και για την εταιρία ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ από […]%-[…]% περίπου. Συνεπώς, βάσει των εν λόγω μεριδίων δεν μπορεί να στοιχειοθετηθεί ύπαρξη σχέσης οικονομικής εξάρτησης εκτός ίσως μεταξύ της NOTOS COM και της ESTEE LAUDER εξαιτίας του γεγονότος ότι το μερίδιο της τελευταίας υπερβαίνει το […]% για κάποια από τα υπό εξέταση έτη.

143) Αντίστοιχα, στον πίνακα που ακολουθεί, παρουσιάζεται το ποσοστό που καλύπτουν οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής στο σύνολο (σε αξία) των πωλήσεων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής που πραγματοποίησε η NOTOS COM, τη χρονική περίοδο 2004-2013.

Ποσοστό πωλήσεων της NOTOS COM σε καλλυντικά προϊόντα υψηλής ποιότητας και τιμής ανά εταιρία χονδρικής										
ΕΠΩΝΥΜΙΑ	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013
ESTEE LAUDER HELLAS A.E	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΣΥΝΟΛΟ L’OREAL	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
CHRISTIAN DIOR	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΣΥΝΟΛΟ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΓΕΡ/ΤΟΣ	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΓΡ ΑΒΕΕ	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΜΕΡΙΚΟ ΣΥΝΟΛΟ	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]

Πηγή: Επιστολή NOTOS COM (8357/20.11.2014).

[215] Βλ και την υπ’ αρ. πρωτ. 3808/1.6.2017 έκθεση του εισηγητή Ν. Ζευγώλη, Παράρτημα 2. Συνοπτικά αναφέρεται ότι: […].

[216] Βλ. παράρτημα 4 της υπ’ αρ. πρωτ. 8357/20.11.2014 επιστολής της NOTOS COM.

[217] Βλ. σελ. 20 της υπ’αρ. πρωτ. καταγγελίας 1126/24.02.2006 της NOTOS COM.

[218] Τα ποσά των αγορών που προσκόμισε η καταγγέλλουσα με την υπ’ αρ. πρωτ. 8357/20.11.2014 επιστολή της επιβεβαιώνονται με μικρές αποκλίσεις και από τις απαντήσεις των τεσσάρων εταιριών CHRISTIAN DIOR (8368/20.11.2014), ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ (8454/25.11.2014), ESTEE LAUDER (8453/25.11.2014), L’OREAL (8352/20.11.2014). Με την GEROLYMATOS COSMETICS δεν κατέστη εφικτή η επικοινωνία.

144) Σύμφωνα με τα ανωτέρω, το ποσοστό των αγορών αυτών αθροιστικά και για τις πέντε καταγγελλόμενες εταιρίες κυμάνθηκε από […]-[…]% για τη χρονική περίοδο 2004-2011 με εξαίρεση το έτος 2006 - που είναι και το έτος υποβολής των δυο καταγγελιών της NOTOS COM - κατά το οποίο κυμάνθηκε περίπου στο […]%, ενώ στη συνέχεια σημειώθηκε δεύτερη πτώση και κυμάνθηκε μεταξύ […]-[…]% για τα έτη 2012-2013. Συγκεκριμένα, το ποσοστό των εν λόγω αγορών της NOTOS COM από την εταιρία ESTEE LAUDER ως προς το σύνολο των αγορών της κυμάνθηκε περίπου από […]%-[…]% για το εν λόγω χρονικό διάστημα, με το μικρότερο ποσοστό ([…]%) να αντιστοιχεί στο έτος 2006 (έτος υποβολής της καταγγελίας). Το ποσοστό αγορών της NOTOS COM από την εταιρία CHRISTIAN DIOR ως προς το σύνολο των αγορών της κινήθηκε μεταξύ […]%-[…]% για το εν λόγω χρονικό διάστημα με ποσοστό […]% το έτος 2006. Αντίστοιχα, για τις εταιρίες ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ τα ποσοστά κυμάνθηκαν για το χρονικό διάστημα 2004-2011 αφού στη συνέχεια η εταιρία έπαψε να υφίσταται), μεταξύ […]%-[…]%, ενώ το […]% αντιστοιχεί και πάλι στο έτος 2006, δηλαδή στο έτος της καταγγελίας. Ομοίως, για την εταιρία ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ τα συγκεκριμένα ποσοστά αγορών κυμάνθηκαν μεταξύ […]% και […]% με ποσοστό […]% το έτος 2006. Τέλος, οι εταιρίες L’OREAL κυμάνθηκαν μεταξύ του […]% και […]%.

145) Τέλος, στον κάτωθι πίνακα παρουσιάζεται το ποσοστό πωλήσεων προς τη NOTOS ως προς το σύνολο πωλήσεων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής, σύμφωνα με τις απαντήσεις των τελευταίων.

Ποσοστό συμμετοχής των πωλήσεων (σε €) καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής στη NOTOS ως προς το σύνολο των πωλήσεων.					
ΕΤΟΣ	ESTEE LAUDER	ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ	CHRISTIAN DIOR	L’OREAL	ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ
2003	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2004	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2005	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2006	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2007	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2008	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2009	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2010	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2011	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2012	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
2013	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]

Πηγή: Επιστολή ESTEE LAUDER, ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR, L’OREAL (αριθμ. πρωτ. 8453/25.11.2014, 8454/25.11.2014, 8368/20.11.2014, 8352/20.11.2014).

Ζ.1. ΑΓΟΡΑ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ ΠΩΛΗΣΗΣ

Ζ.1.1. Ωριμότητα αγοράς - Προοπτικές

146) Όπως επισημαίνουν τρεις από τις ερωτηθείσες εταιρίες χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, η εν λόγω αγορά χονδρικής έχει εισέλθει σε περίοδο πτώσης εξαιτίας της υφιστάμενης οικονομικής κρίσης που επήλθε στην Ελληνική Επικράτεια μετά το έτος 2010[219]. Μια από τις καταγγελλόμενες εταιρίες, η […], αναφορικά με τον τελικό αντίκτυπο που είχε η υφιστάμενη οικονομική κρίση στην υπό εξέταση αγορά, υποστηρίζει ότι ήταν η συρρίκνωσή της και η στροφή των καταναλωτών σε οικονομικότερα προϊόντα[220]. Την άποψη της […] συμμερίζεται και η […], η οποία σημειώνει ότι οι Έλληνες καταναλωτές, ύστερα από τα μέτρα λιτότητας που είχαν εξαγγελθεί στα πλαίσια της οικονομικής κρίσης, κατευθύνθηκαν σε οικονομικότερες επιλογές όπως είναι τα καλλυντικά προϊόντα ευρείας κατανάλωσης (mass market)[221]. Παράλληλα, η […] εκτιμά ότι ο ρυθμός πτώσης της εν λόγω αγοράς χονδρικής για την περίοδο 2008-2013 ήταν περίπου […]% επισημαίνοντας ότι το 2014 χαρακτηρίζεται ως σταθεροποιητική χρονιά (ελαφρώς πτωτική) για την υπό εξέταση αγορά, επισημαίνει ότι δεν προβλέπεται ανάκαμψη αυτής πριν από το έτος 2020 και ότι δεν χαρακτηρίζεται από καινοτομίες[222]. Ανάλογη είναι και η άποψη των εταιριών […] και […], οι οποίες εκτιμούν ότι στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής παρατηρείται αρνητική ανάπτυξη με μειούμενους ρυθμούς πτώσης[223].

[219] Βλ. επιστολή […].

[220] Βλ. επιστολή […]. Ενδεικτικά, […].

[221] Η εταιρία […] αναφέρει (βλ. […]) ότι σύμφωνα με στοιχεία της κλαδικής μελέτης για τα Καλλυντικά της ICAP (Σεπτέμβριος 2012) η αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής συρρικνώθηκε περισσότερο από 50% κατά την περίοδο 2007-2012 (και συγκεκριμένα ότι ο κύκλος εργασιών της αγοράς έπεσε από 276 εκατομμύρια ευρώ το 2007 σε 132 εκατομμύρια ευρώ το 2012).

[222] Βλ. επιστολή […].

[223] Βλ. επιστολή […] και […].

147) Σχετικά με την κατάσταση της συγκεκριμένης αγοράς και πως αυτή θα διαμορφωθεί στο μέλλον, δυο από τις ερωτηθείσες εταιρίες επεσήμαναν ότι λόγω της υφιστάμενης οικονομικής κρίσης δεν είναι εφικτό να γίνουν σοβαρές προβλέψεις ως προς αυτό το θέμα, τουλάχιστον για την επόμενη διετία[224]. Αντιθέτως, η […] επισημαίνει ότι «σε επίπεδο χονδρικής, ο ανταγωνισμός θα ενταθεί μέσω αυξημένων προωθητικών ενεργειών, αυξημένης διαφήμισης μέσω περιοδικών, τηλεόρασης κ.λπ., αλλά και μέσω μείωσης τιμών χονδρικής με σκοπό τη μετακύλιση των εν λόγω μειώσεων στις τιμές λιανικής, εφόσον φυσικά το επιθυμεί το κατάστημα λιανικής»[225].

Ζ.1.2. Δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις - «Άμεσοι» ανταγωνιστές

148) Αναφορικά με τις εταιρίες χονδρικής που αποτελούν του βασικότερους ανταγωνιστές στην εν λόγω αγορά όσον αφορά στο φάσμα των παρεχόμενων υπηρεσιών, την τιμή και το σήμα και σύμφωνα με κάποιες από τις ερωτηθείσες εταιρίες, οι σημαντικότερες εταιρίες που ανταγωνίζονται στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής είναι οι: […] και […][226]. Επιπλέον, η […] και η […] θεωρούν ως σημαντικότερο ανταγωνιστή τους τη […] υπό την ιδιότητα της ως διανομέα[227]. Σημειωτέον πάντως, ότι η […] δεν δύναται να διακρίνει κάποια ως «στενότερο» ανταγωνιστή της στην υπό εξέταση αγορά από τις εταιρίες που θεωρεί ως άμεσες ανταγωνίστριες[228].

149) Τρεις από τις ερωτηθείσες εταιρίες απάντησαν ότι μια από τις σημαντικότερες μεταβολές που πραγματοποιήθηκε στην εν λόγω χονδρική αγορά ήταν η παύση λειτουργίας της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS το έτος 2012 και επισημαίνουν ότι μετά την διάλυση της το 2012, η […], ανέλαβε την αντιπροσωπεία της […][229]. Επιπλέον, τρεις ακόμα από τις ερωτηθείσες εταιρίες επισημαίνουν ότι μετά την παύση της λειτουργίας της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS ο Όμιλος Folli Follie (εμφανιζόμενος για πρώτη φορά στην χονδρική πώληση καλλυντικών) ανέλαβε την αντιπροσωπεία των αρωματικών της P&G (GUCCI, ESCADA, D&G, BOSS)[230]. Πέραν τούτου, η […] αναφέρει ως ένα ακόμα αξιοσημείωτο γεγονός που παρατηρήθηκε στην υπό εξέταση αγορά το ότι η εταιρία YSL BEAUTE AEBE, ως ελεγχόμενη εμμέσως από τη γαλλική εταιρία L’OREAL S.A, κατέστη εξ ολοκλήρου τμήμα του ομίλου εταιριών L’OREAL[231]. Παράλληλα, τρεις από τις ερωτηθείσες εταιρίες θεωρούν ως σημαντικό γεγονός την διανομή προϊόντων KANEBO και YVES ROCHER από τη NOTOS COM[232], ενώ δυο από τις ερωτηθείσες επιχειρήσεις αναφέρουν ότι πλέον η εταιρία SHISEIDO διανέμει τα προϊόντα της μέσω μιας Ελληνικής θυγατρικής και σημειώνουν ότι η εταιρία COTY (NOTOS group) ανέλαβε τη διανομή των προϊόντων ROBERTO CAVALLI και CALVIN KLEIN[233].

Ζ.1.3. Δομικοί Δεσμοί

150) Δυο από τις ερωτηθείσες εταιρίες αναφέρουν ότι δεν υπάρχουν δομικοί δεσμοί μεταξύ αυτών και άλλων επιχειρήσεων στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής και ότι δεν είναι σε θέση να γνωρίζουν τι συμβαίνει με τις υπόλοιπες εταιρίες καλλυντικών στην εν λόγω αγορά[234]. Η καταγγέλλουσα επισημαίνει ότι αυτά που γνωρίζει σχετικά με τους διαρθρωτικούς δεσμούς μεταξύ των επιχειρήσεων είναι ότι: Η ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ συμμετέχει με […]% στο μετοχικό κεφάλαιο της εταιρίας ESTEE LAUDER, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS συμμετείχε με […]% στην εταιρία SHISEIDO HELLAS καθώς και ότι η NOTOS COM συμμετείχε κατά […]% στο μετοχικό κεφάλαιο της YSL BEAUTE ΕΛΛΑΣ έως το 2008 και της LANCASTER ΕΛΛΑΣ (πλέον COTY Prestige Ελλάς) έως το έτος 2011[235].

Ζ.1.4. Εμπόδια εισόδου

151) Οι 6 εμπλεκόμενες εταιρίες[236] επισήμαναν ότι δεν υπάρχουν εμπόδια εισόδου στην αγορά της χονδρικής. Ενδεικτικά, η […] επισημαίνει ότι δεν υφίστανται θεσμικά ή πραγματικά εμπόδια εισόδου και ότι όσες εταιρίες επιθυμούν να εισέλθουν στην αγορά, θα πρέπει να επενδύσουν χρήματα είτε στην παραγωγή είτε στην εισαγωγή καλλυντικών. Επιπροσθέτως, η εν λόγω εταιρία δηλώνει ότι υπάρχουν κόστη που θα πρέπει να ληφθούν υπόψη όπως η αρχική επένδυση για την είσοδο στην αγορά, η διαφήμιση για την αναγνώριση του σήματος (την οποία χαρακτηρίζει ιδιαίτερα σημαντική), οι προωθητικές ενέργειες και η εξασφάλιση οικονομιών κλίμακας χωρίς όμως αυτά τα στοιχεία να δημιουργούν σοβαρές δυσκολίες εισόδου στην αγορά. Εξάλλου, η εταιρία δεν θεωρεί ότι υπάρχουν συγκεκριμένα εμπόδια τεχνολογικής φύσεως διότι η οργανωτική δομή, η τεχνογνωσία (know-how) και η πρόσβαση σε πρώτες ύλες δεν είναι αποκλειστικές ή μοναδικές. Πέραν των ανωτέρω, η […] επισημαίνει ότι είναι σύνηθες για ένα δίκτυο επιλεκτικής διανομής να περιλαμβάνει σημεία λιανικής πώλησης στα οποία εξειδικευμένο προσωπικό παρέχει εξειδικευμένες συμβουλές στους καταναλωτές σχετικά με το προϊόν που ανταποκρίνεται καλύτερα στις ανάγκες του, ωστόσο το κόστος για αυτό το προσωπικό δεν είναι τόσο μεγάλο ώστε να αποτελέσει σημαντικό εμπόδιο εισόδου στην αγορά για μια εταιρία.

224 Βλ. επιστολή […] και […].

225 Βλ. επιστολή […].

226 Βλ. επιστολή […] και L’OREAL 8352/20.11.2014. Επιπλέον, η […] αναφέρει ως ανταγωνιστές της (βλ. […]) και τις εταιρίες SISHEIDO, AROMA, SOSHIPHAR. COTY).

227 Βλ. επιστολή […] και […].

228 Βλ. επιστολή […].

229 Βλ. επιστολή […].

230 Βλ. επιστολή ESTEE LAUDER 8453/25.11.2014, ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗ 8454/25.11.2014 και CHRISTIAN DIOR 8368/20.11.2014. Σημειώνεται ότι η FOLLI FOLLIE (βλ. επιστολή CHRISTIAN DIOR 8368/20.11.2014) δεν είχε προγενέστερη παρουσία στην αγορά των καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής και ανέλαβε τη διανομή συγκεκριμένων σημάτων στην εν λόγω αγορά τα οποία προγενέστερα ανήκαν σε άλλους διανομείς. Παράλληλα, σύμφωνα με την CHRISTIAN DIOR, η FOLLI FOLLIE κατέστη μέτοχος των καταστημάτων λιανικής πώλησης ATTICA.

231 Βλ. επιστολή L’OREAL 8352/20.11.2014. Συγκεκριμένα η εταιρία αναφέρει ότι «[…]».

232 Βλ. επιστολή ESTEE LAUDER 8453/25.11.2014, ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗ 8454/25.11.2014 και NOTOS COM 8357/20.11.2014.

233 Βλ. επιστολή ESTEE LAUDER 8453/25.11.2014 και ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗ 8454/25.11.2014.

234 Βλ. Επιστολή […] και […].

235 Βλ. επιστολή NOTOS COM 8357/20.11.2014.

236 Βλ. επιστολή […].

152) Γενικότερα, η […] θεωρεί ότι από άποψη εμποδίων εισόδου ένας πωλητής χονδρικής, ο οποίος έχει οριστεί ως διανομέας σε μια τοπική αγορά, έχει να αντιμετωπίσει τα ίδια ζητήματα με έναν πωλητή λιανικής στην ίδια αγορά όπως π.χ. να επενδύσει στις αναγκαίες υποδομές, να λάβει υπόψη τα κόστη σύστασης και προσωπικού, να προβεί σε διαφημιστικές δαπάνες κλπ. Οι ανωτέρω παράγοντες ωστόσο δεν αποτελούν πραγματικά εμπόδια εισόδου αλλά απλά κόστη εισόδου. Αντίστοιχα, οι πωλητές χονδρικής οι οποίοι επιθυμούν να εισέλθουν στην αγορά με τη δημιουργία του δικού τους εμπορικού σήματος έχουν κάποια επιπλέον ζητήματα να επιλύσουν όπως π.χ. να επενδύσουν σε έρευνα και ανάπτυξη (R&D) και σε σημαντικές προωθητικές ενέργειες για το νέο εμπορικό σήμα. Ωστόσο, η εταιρία δεν θεωρεί ότι οι ανωτέρω παράγοντες δημιουργούν πολύ σημαντικό πρόβλημα στην είσοδο ενός χονδρεμπόρου στην εν λόγω αγορά ώστε να γίνεται λόγος για πραγματικό εμπόδιο[237].

Ζ.1.5. Δίκτυο

153) Δυο από τις ερωτηθείσες εταιρίες απάντησαν ότι το δίκτυο τους είναι ανοικτό σε όσους λιανέμπορους πληρούν τα αντικειμενικά και ποιοτικά κριτήρια που αυτές θέτουν όπως π.χ. ο παρεχόμενος στα προϊόντα τους χώρος εντός του καταστήματος και η φερεγγυότητα τους[238]. Επίσης, η […] αναφέρει ότι με σκοπό την προστασία του κύρους των καλλυντικών της και προς εξασφάλιση της καλής χρήσης τους θέτει ορισμένα ελάχιστα κριτήρια τα οποία πρέπει να πληρούνται από όλες τις εταιρίες λιανικής, προκειμένου να υπάρξει συνεργασία με αυτές (π.χ. τα επαγγελματικά προσόντα των εταιριών λιανικής πώλησης και του προσωπικού τους, η επάρκεια των εγκαταστάσεων τους κ.α.) και τα οποία καθορίζονται ομοιόμορφα για όλα τα μέλη του δικτύου και εφαρμόζονται χωρίς διακρίσεις[239]. Η […] δηλώνει ότι η προώθηση των εμπορικών της σημάτων διενεργείται αποκλειστικά στη βάση συμβάσεων επιλεκτικής διανομής με τους πελάτες της (πωλητές λιανικής)[240], οι οποίες συμβάσεις θέτουν λεπτομερείς προδιαγραφές τις οποίες ο κάθε πελάτης οφείλει να τηρεί (π.χ. το σημείο πώλησης)[241].

Ζ.1.6. Επίπεδο ανταγωνισμού

154) Όλες οι ερωτηθείσες εταιρίες χονδρικής συμφώνησαν στο ότι υπάρχει έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων στην εν λόγω αγορά ως προς τις τιμές (χονδρικής) πώλησης[242]. Γενικότερα, η αγορά καλλυντικών (συμπεριλαμβανομένης και της υπό εξέταση αγοράς) είναι μια έντονα ανταγωνιστική αγορά στην οποία δραστηριοποιούνται πολλές ημεδαπές και αλλοδαπές επιχειρήσεις[243]. Πέραν του ανταγωνισμού επί των τιμών, δυο από τις ερωτηθείσες εταιρίες απάντησαν ότι η αγορά είναι εντόνως ανταγωνιστική και σε ποιοτικό επίπεδο, λόγω της ύπαρξης πληθώρας σημάτων, της ποιότητας των προϊόντων και της έντονης διαφήμισης/προώθησης[244].

155) Η […] τεκμηριώνει την άποψη της ότι υπάρχει έντονος ανταγωνισμός λόγω της ύπαρξης μεγάλου αριθμού επιχειρήσεων καθώς και έλλειψης εμποδίων εισόδου στην εν λόγω αγορά. Ειδικότερα, η τελευταία αναφέρει ότι τα παρόμοια χαρακτηριστικά των διανεμόμενων προϊόντων ως προς τη σύνθεσή τους (ακόμα και όταν αυτή διαφέρει ουσιαστικά) και των επιθυμητών αποτελεσμάτων αυτών, επιτρέπουν την πλήρη και εύκολη υποκατάσταση των προϊόντων αυτών, δηλαδή, τη μεταστροφή του καταναλωτή από το προϊόν μιας επιχείρησης στο προϊόν μιας άλλης. Η ίδια εταιρία θεωρεί ως υποκατάστατα προϊόντα των καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής και τα προϊόντα/υπηρεσίες που έχουν αναπτυχθεί ως αποτέλεσμα νέων τεχνολογιών (laser, χάπια κλπ) και καταλήγει στο ότι όλα τα ανωτέρω χαρακτηριστικά αντικατοπτρίζουν συνολικά τη δομή ενός πολύ απαιτητικού και ανταγωνιστικού περιβάλλοντος για τις επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην υπό εξέταση αγορά. Οι παράγοντες βάσει των οποίων ανταγωνίζονται οι επιχειρήσεις στην ως άνω αγορά είναι η πίστη στο σήμα και η φήμη του σήματος, οι διαφημιστικές εκστρατείες και επικοινωνίες και η παροχή υπηρεσιών ή/και συμβουλών ομορφιάς στα σημεία πώλησης[245].

156) Σύμφωνα με την […], τα φυσικά καλλυντικά προϊόντα τα οποία διατίθενται στους καταναλωτές μέσω φαρμακείων, ασκούν ανταγωνιστικές πιέσεις στα επώνυμα καλλυντικά προϊόντα[246]. Η ίδια σημειώνει ότι η εν λόγω αγορά παραμένει ανταγωνιστική, παρά τις δυσμενείς συνθήκες λόγω της υφιστάμενης οικονομικής κρίσης, και αυτό αντικατοπτρίζεται στο γεγονός ότι δεν έχει επηρεαστεί ούτε ο αριθμός των εταιριών ούτε ο αριθμός των προϊόντων (εμπορικών σημάτων) που διατίθενται στην Ελληνική αγορά[247]. Η εταιρία […] υποστηρίζει ότι η εν λόγω αγορά χαρακτηρίζεται από πολυδιάσπαση, λόγω της ύπαρξης πολλών ανταγωνιστών[248].

Ζ.1.7. Τιμολόγηση - Διαφάνεια

157) Τρεις από τις ερωτηθείσες εταιρίες χονδρικής συμφωνούν ότι οι κυριότεροι παράγοντες προσδιορισμού της τιμολόγησης στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής είναι το κόστος

[237] Βλ. επιστολή […] και […].

[238] Βλ. επιστολή ESTEE LAUDER 8453/25.11.2014 και ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗ 8454/25.11.2014.

[239] Βλ. επιστολή […].

[240] Η […] επισημαίνει ότι διανέμει τα προϊόντα υψηλής ποιότητας και τιμής σε πολυκαταστήματα, σε αλυσίδες καλλυντικών προϊόντων και σε ανεξάρτητα καταστήματα καλλυντικών προϊόντων.

[241] Βλ. επιστολή […].

[242] Βλ. επιστολή ESTEE LAUDER 8453/25.11.2014, ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗ 8454/25.11.2014, CHRISTIAN DIOR 8368/20.11.2014, L'OREAL 8352/20.11.2014 και NOTOS COM 8357/20.11.2014.

[243] Βλ. επιστολή ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ 5517/14.09.2010.

[244] Βλ. επιστολή ESTEE LAUDER 8453/25.11.2014 και ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗ 8454/25.11.2014.

[245] Βλ. επιστολή […].

[246] Βλ. επιστολή […].

[247] Η εν λόγω εταιρία επισημαίνει (βλ. επιστολή […]) ότι αναμένεται η είσοδος νέων παικτών στην εν λόγω αγορά μόλις το επιτρέψουν οι οικονομικές συνθήκες. Σε παλιότερη επιστολή της (βλ. επιστολή […]) η εταιρία ανέφερε επί του θέματος ότι η Ελληνική αγορά παρουσιάζει αυξανόμενους ρυθμούς ανάπτυξης τα τελευταία χρόνια και παρά την κάμψη που οφείλεται στη διεθνή οικονομική κρίση, αναμένεται να εξελιχθεί περαιτέρω.

[248] Βλ. επιστολή […] 8453/25.11.2014.

παραγωγής ή εισαγωγής των προϊόντων, το κόστος ανθρώπινου δυναμικού κυρίως των βοηθών αισθητικής και το κόστος διαφήμισης/προώθησης των προϊόντων[249]. Η […] αναφέρει ότι εκτός των ανωτέρω παραγόντων, σημαντικό ρόλο στη διαμόρφωση της τιμολόγησης παίζει και το ύψος της εκάστοτε συναλλαγής[250]. Η […] επισημαίνει ότι έχει έναν ενιαίο τιμοκατάλογο τον οποίο εφαρμόζει προς όλους τους πελάτες της και προσθέτει ότι η ίδια δεν παρεμβαίνει με κανέναν τρόπο στη διαμόρφωση των τιμών λιανικής[251].

158) Όπως επισημαίνει το σύνολο σχεδόν των ερωτηθεισών εταιριών, δεν υπάρχει διαφάνεια (market transparency) όσον αφορά στην τιμολογιακή πολιτική, την προσφορά αλλά και τους λοιπούς όρους των σχετικών υπηρεσιών στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής ως προς τους ανταγωνιστές της[252]. Ειδικότερα, δυο από τις ερωτηθείσες εταιρίες[253] επεσήμαναν ότι η εν λόγω αγορά χονδρικής επηρεάζεται από την ισχυρή θέση των εταιριών λιανικής και ότι εξαιτίας της υφιστάμενης οικονομικής κρίσης υπάρχει έντονος ανταγωνισμός οφειλόμενος, τόσο σε τιμολογιακούς όσο και σε μη τιμολογιακούς παράγοντες. Ωστόσο, η […] επισημαίνει ότι «…εφαρμόζει την τιμολογιακή και εμπορική της πολιτική χωρίς διακρίσεις σε όλους τους πελάτες της (εταιρίες λιανικής πώλησης)», συνεπώς ως προς αυτούς υπάρχει διαφάνεια[254].

159) Επιπροσθέτως, η […] υποστηρίζει ότι «στην αγορά της χονδρικής δεν υπάρχει διαφάνεια στην τιμολογιακή πολιτική, αφού κάθε εταιρία αντιπροσωπεύει διαφορετικούς οίκους καλλυντικών», άποψη με την οποία συντάσσεται και η εταιρία […][255].

Ζ.1.8. Παράγοντες και συμμετρία κόστους

160) Η […] σημειώνει ότι δεν δραστηριοποιείται στην παραγωγή καλλυντικών προϊόντων αλλά ενεργεί αποκλειστικά στην αγορά χονδρικής πώλησης των καλλυντικών προϊόντων της μητρικής της στην Ελληνική αγορά, γι’ αυτό και δεν προβαίνει σε ανάλυση του κόστους παραγωγής των προϊόντων της[256]. Ταυτόχρονα, δυο από τις εταιρίες χονδρικής επισημαίνουν ότι δεν είναι διαθέσιμα τα σχετικά στοιχεία κόστους παραγωγής[257]. Η […] δεν είναι σε θέση να εκτιμήσει κατά πόσον οι επιχειρήσεις που δραστηριοποιούνται στην εν λόγω αγορά είναι συμμετρικές από την άποψη δομής κόστους και παρόμοιου παραγωγικού δυναμικού[258]. Τρεις από τις ερωτηθείσες εταιρίες[259] επεσήμαναν ότι καμία επιχείρηση δεν μπορεί να θεωρηθεί ως maverick επιχείρηση[260].

161) Η […] επισημαίνει ότι δραστηριοποιείται σε τρεις κλάδους: α) καλλυντικών, β) πολυκαταστημάτων και γ) ένδυσης-υπόδησης και ότι οι παραπάνω κλάδοι είναι διευθύνσεις εντός της εταιρίας και δεν αποτελούν ξεχωριστά νομικά πρόσωπα. […]. Επιπροσθέτως, η […][261]. Η […] δεν θεωρεί ότι υπάρχει συμμετρία στα κόστη που αντιμετωπίζουν οι δραστηριοποιούμενες επιχειρήσεις στην αγορά, δεδομένου ότι κάθε μια από τις εταιρίες αντιπροσωπεύει διαφορετικούς οίκους καλλυντικών του εξωτερικού και έχει διαφορετική διάρθρωση κόστους και διαφορετικά μερίδια αγοράς[262].

162) Στη συνέχεια, παρατίθεται πίνακας με τους παράγοντες προσδιορισμού του κόστους πωληθέντων και διανομής του τελικού προϊόντος, όπως προσκομίστηκαν από την εταιρία […][263].

---

[249] Βλ. επιστολή […] 8454/25.11.2014, […] 8453/25.11.2014, […].

[250] Η εν λόγω εταιρία (βλ. επιστολή […]) έχει κατηγοριοποιήσει τους πελάτες της σε μεγάλους-μεσαίους και μικρούς και ανάλογα με το τζίρο του κάθε πελάτη χορηγεί και την αντίστοιχη έκπτωση.

[251] Βλ. επιστολή […].

[252] Βλ. επιστολή […] 8454/25.11.2014, […] 8453/25.11.2014, […] και […]. Η […] εκτιμά ότι δεν υπάρχει διαφάνεια μεταξύ της εταιρίας και των ανταγωνιστών της για το λόγο ότι οι πληροφορίες αναφορικά με τους εμπορικούς όρους που εφαρμόζει η εταιρία είναι εμπιστευτικές και δεν αποκαλύπτονται σε αυτούς με κανέναν τρόπο (άμεσο ή έμμεσο).

[253] Βλ. επιστολή […] 8453/25.11.2014 και […] 8454/25.11.2014.

[254] Η […] υποστηρίζει (βλ. επιστολή […]) ότι ακόμα και οι πιθανές διαφοροποιήσεις στην εκπτωτική πολιτική που ακολουθεί προς τους πελάτες της (λιανέμπορους) εφαρμόζονται με ομοιόμορφο τρόπο και έχουν άμεση εξάρτηση από τις αγορές που αυτοί πραγματοποιούν. Η […] συμφωνεί (βλ. επιστολή […] 8352/20.11.2014) στο θέμα της ύπαρξης διαφάνειας μεταξύ της εταιρίας και των πελατών της (λιανέμπορους) όσον αφορά τους τιμοκαταλόγους χονδρικής πώλησης.

[255] Βλ. επιστολή […].

[256] Βλ. επιστολή […].

[257] Βλ. επιστολή […] 8453/25.11.2014 και […] 8454/25.11.2014.

[258] Βλ. Επιστολή […].

[259] Βλ. επιστολή […] 8453/25.11.2014, […] και […].

[260] Η εταιρία […] επισημαίνει (βλ. επιστολή 8454/25.11.2014) ότι κατά την εκτίμηση της μόνο η NOTOS μπορεί να θεωρηθεί ως maverick επιχείρηση διότι είναι η μόνη που είναι καθετοποιημένη και δραστηριοποιείται τόσο στην αγορά της χονδρικής όσο και στην αγορά της λιανικής.

[261] Βλ. επιστολή […]. Η συγκεκριμένη εταιρία αναφέρει στη συγκεκριμένη επιστολή της ότι στην πράξη, το θεωρητικό πλεονέκτημα κόστους εξαφανίζεται διότι επωμίζεται και επιπρόσθετα κόστη όπως το κόστος μισθοδοσίας των αισθητικών-πωλητριών, το κόστος διαφημιστικού υλικού (testers, δείγματα, δώρα, φυλλάδια, προβολές κ.λπ.) και το κόστος κατασκευής και συντήρησης επίπλων (stands), τα οποία παρέχει στους ανταγωνιστές της καθώς και τα λοιπά έξοδα (ενοίκιο, λειτουργία, διαφήμιση, αποθήκευση, άγνωστες απώλειες, κ.λπ.), τα οποία έχουν οι ανταγωνιστές της.

[262] Βλ. επιστολή […].

[263] Σημειώνεται ότι η εταιρία […] επισημαίνει ότι το σταθερό της κόστος περιλαμβάνει το κόστος αποθήκευσης, το κόστος διανομής, το κόστος αισθητικών, το κόστος διοίκησης, το κόστος πιστωτικών καρτών, το κόστος ενοικίων και το κόστος παροχών κοινής ωφέλειας. Επιπροσθέτως, στο μεταβλητό κόστος περιλαμβάνεται το κόστος εισαγωγής/αγοράς, το κόστος διαφήμισης, οι φόροι (ΕΟΦ) και το κόστος συντήρησης.

Παράγοντες προσδιορισμού κόστους της […]			
Παράγοντες προσδιορισμού κόστους	% κόστος	% επί της τιμής πώλησης (χονδρική)	% προτεινόμενης λιανικής τιμής
Κόστος εισαγωγής/αγοράς	47,80%	45,60%	46,80%
Κόστος διαφήμισης	9,90%	9,50%	1,40%
Κόστος συντήρησης/τηλεπ	0,90%	0,80%	0%
Φόροι (ΕΟΦ)	1,10%	1%	-
Συνολο Μεταβλητού Κόστους	59,70%		
Κόστος αποθήκευσης	3,50%	3,40%	0%
Κόστος διανομής	0,90%	0,90%	1,10%
Κόστος αισθητικών	25,80%	24,70%	6%
Κόστος διοίκησης	9,10%	8,70%	3,10%
Κόστος πιστωτικών καρτών	-	-	0,70%
Κόστος ενοικίων	-	-	12,40%
Κόστος κοινής ωφέλειας	-	-	2,90%
Σύνολο Σταθερού Κόστους	39,30%		
Λοιπά	1	0,90%	2,30%
Συνολικό κόστος	100%		

Πηγή: Εταιρία […] (υπ’ αρ. πρωτ. […] επιστολή της).

163) Στον παρακάτω πίνακα παρουσιάζονται οι παράγοντες προσδιορισμού κόστους πωληθέντων και διανομής για δυο διαφορετικά προϊόντα έτσι όπως προσκομίστηκαν από την εταιρία […][264].

Παράγοντες προσδιορισμού κόστους (δύο προϊόντων) εταιρίας […]				
	[…]		[…]	
Παράγοντες προσδιορισμού κόστους	% κόστους	% επί της τιμής πώλησης (χονδρική)	% κόστους	% επί της τιμής πώλησης (χονδρική)
Κόστος παραγωγής		100%		100%
Εκπτώσεις στο διανομέα		32,5%		29,5%
Τιμή μετά έκπτωσης		67,5%		70,5%
Έξοδα διανομής	2,8%	2,1%	3,7%	2,2%
Έξοδα marketing	60,0%	43,7%	52,6%	31,0%
Δάνεια/υποχρεώσεις	0,2%	0,1%	0,2%	0,1%
Φύρα	0,3%	0,2%	0,4%	0,2%
Σύνολο Μεταβλητού Κόστους	63,3%		56,9%	
Λειτουργικά κόστη	16,7%	12,2%	21,5%	12,7%
Κόστος πωληθέντων	20,0%	14,6%	21,6%	12,8%
Σύνολο Σταθερού Κόστους	36,7%		43,1%	
Συνολικό Κόστος	100,0%	72,9%	100,0%	59,0%

Πηγή: Εταιρία […] (υπ’ αρ. πρωτ. […] επιστολή της).

164) Από τη σύγκριση των δυο εταιριών προκύπτει ότι το σταθερό και το μεταβλητό κόστος κυμαίνεται σε παρόμοια επίπεδα (το σταθερό κόστος κυμαίνεται στο 35%-45% για τη […] και περίπου στο 40% για τη […] ενώ το μεταβλητό κόστος κυμαίνεται στο 55%-65% για την εταιρία […] και περίπου στο 60% για την εταιρία […]). Ωστόσο, παρατηρείται διαφορετική σύνθεση του σταθερού και μεταβλητού κόστους μεταξύ των δυο εταιριών. Ειδικότερα, για την εταιρία […] παρατηρείται για κόστος αισθητικών και κόστος διαφήμισης ποσοστό 25,80% και 9,90% αντίστοιχα (συνολικά 35,70%) ενώ για τη […] το αντίστοιχο κόστος marketing αγγίζει το 60%. Παράλληλα, το κόστος διανομής είναι για τη […] 0,90% ενώ για τη […] 2,8%, το κόστος εισαγωγής/αγοράς όπως επισημαίνει η […] είναι 47,80% ενώ το αντίστοιχο κόστος της […] για τα συγκεκριμένα προϊόντα κυμαίνεται στο 20%. Ενδεικτικά, αναφέρεται ότι τα λειτουργικά κόστη της […] ήταν 16,7% ενώ το κόστος πιστωτικών καρτών, το κόστος ενοικίων και το κόστος κοινής ωφελείας της […] είναι μηδενικά.

[264] Σύμφωνα με τον ανωτέρω πίνακα, η […] θεωρεί ότι βασικά στοιχεία του Σταθερού κόστους των προϊόντων της είναι το κόστος πωληθέντων και τα λειτουργικά κόστη, ενώ βασικά στοιχεία του μεταβλητού της κόστους είναι τα έξοδα διανομής, τα έξοδα marketing, τα Δάνεια/υποχρεώσεις και η Φύρα.

Ζ.1.9. Κόστος μεταστροφής

165) Η […] υποστηρίζει ότι στην χονδρική αγορά καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, «…το κόστος μεταστροφής αφορά κυρίως τους λιανοπωλητές σε σχέση με την προμήθεια προϊόντων είτε από χονδρεμπόρους του εξωτερικού είτε από χονδρεμπόρους εκτός συστήματος επιλεκτικής διανομής. Δεδομένου όμως ότι ο όμιλος ΧΟΝΤΟΣ έχει συντριπτική δύναμη στο επίπεδο του λιανικού εμπορίου… είναι επίσης σε θέση να πιέσει τους οίκους του εξωτερικού…, προκειμένου να αντικαταστήσουν τον αντιπρόσωπό τους στην Ελλάδα χωρίς καμία οικονομική επιβάρυνση»[265]. Επιπλέον, η […] επισημαίνει ότι δεν υπάρχει κόστος μεταστροφής για έναν λιανέμπορο ο οποίος επιθυμεί να μειώσει τις αγορές που κάνει από αυτήν[266]. Σημειώνεται, ωστόσο, ότι η […] θεωρεί πως το κόστος μεταστροφής στην εν λόγω αγορά είναι περιορισμένο και «αναφέρεται στο δυνητικό κόστος λήξης συνεργασίας με προσωπικό και, ενδεχομένως σε κάποιες περιπτώσεις, του κόστους των εξατομικευμένων επίπλων που χρησιμοποιούνται σε ορισμένα σημεία πώλησης»[267].

Η. ΔΙΑΠΙΣΤΩΣΕΙΣ ΑΠΟ ΤΗΝ ΕΡΕΥΝΑ ΤΗΣ ΥΠΗΡΕΣΙΑΣ

166) Από τα συλλεχθέντα στοιχεία κατά την έρευνα της υπηρεσίας[268] και τα προσκομισθέντα από τις εμπλεκόμενες εταιρίες βρέθηκε πληθώρα στοιχείων αναφορικά με:

(α) διακοπή υποστήριξης εκπτώσεων στα καταστήματα της NOTOS από εταιρίες χονδρικής εμπορίας καλλυντικών και, παράλληλα, την ανάκληση των αισθητικών τους συμβούλων από τα καταστήματά της από το 2003 έως και το 2006,

(β) την τιμολογιακή πολιτική των εταιριών χονδρικής πώλησης των υπό εξέταση προϊόντων προς τους πελάτες τους - εταιρίες λιανικής από το 2001,

(γ) […].

167) Τα εν λόγω στοιχεία συνίστανται κυρίως, σε εξώδικες επιστολές - διαμαρτυρίες μεταξύ των εμπλεκόμενων εταιριών χονδρικής πώλησης καλλυντικών και της NOTOS COM, σε εσωτερική ηλεκτρονική αλληλογραφία των ελεγχόμενων εταιριών, σε ηλεκτρονική αλληλογραφία μεταξύ των εμπλεκόμενων εταιριών, σε καταθέσεις εκπροσώπων εταιριών καθώς και σε διάφορες επιστολές και σχέδια επιστολών ανευρεθέντων κατά τους επιτόπιους ελέγχους.

Η.1. ΔΙΑΚΟΠΗ ΥΠΟΣΤΗΡΙΞΗΣ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΜΕ ΠΑΡΑΛΛΗΛΗ ΑΝΑΚΛΗΣΗ ΑΙΣΘΗΤΙΚΩΝ ΣΥΜΒΟΥΛΩΝ

Η.1.1 Εξώδικες επιστολές μεταξύ NOTOS COM, L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ και CHRISTIAN DIOR

Η.1.1.1 Έτος 2003

168) Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι, από το 2003, τουλάχιστον όσον αφορά τη συνεργασία μεταξύ της NOTOS COM και της ESTEE LAUDER, είχε ακολουθηθεί από τη δεύτερη η πρακτική της απόσυρσης αισθητικών συμβούλων. Συγκεκριμένα, κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 5.7.2006 στα γραφεία της ROGE, βρέθηκαν τηλεομοιοτυπίες εξώδικων επιστολών μεταξύ των εν λόγω εταιριών, οι οποίες είχαν, όμως, αποσταλεί με τηλεομοιοτυπία από το κατάστημα HONDOS CENTER Χαλανδρίου (MAKALDI) προς την ROGE[269]. Αναλυτικά:

169) Βρέθηκε τηλεομοιοτυπία της από 26.2.2003 Εξώδικης Δήλωσης -– Πρόσκλησης και Διαμαρτυρίας της NOTOS COM κατά της εταιρίας ESTEE LAUDER η οποία είχε σταλεί τρεις φορές με φαξ[270]. Στην εν λόγω εξώδικη δήλωση, αναγράφεται, μεταξύ άλλων, ότι την 19.2.2003 «αιφνιδιαστικά και κατά παράβαση συμβατικής της υποχρέωσης» η ESTEE LAUDER απέσυρε όλες τις πωλήτριες των καλλυντικών ESTEE LAUDER και CLINIQUE από τα πολυκαταστήματα ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ (νυν NOTOS Galleries) στην Αθήνα, τη Θεσσαλονίκη και τον Πειραιά, οι μισές από τις οποίες (της ESTEE LAUDER) επέστρεψαν την 25.2.2003, ενώ οι λοιπές διοχετεύτηκαν και απασχολήθηκαν από την ESTEE LAUDER σε καταστήματα καλλυντικών ανταγωνιστικής αλυσίδας, από τα οποία πραγματοποιούσαν πωλήσεις στο πελατολόγιο της NOTOS COM. Παράλληλα, η ESTEE LAUDER ακύρωσε μονομερώς προγραμματισμένη εκδήλωση προώθησης και προβολής των προϊόντων CLINIQUE από την 24.2.2003 έως την 1.3.2003.

170) Βρέθηκε τηλεομοιοτυπία της από 28.2.2003 Εξώδικης Απάντησης - Δήλωσης[271] της ESTEE LAUDER προς την NOTOS COM, στην οποία η πρώτη κατηγορεί τη δεύτερη ότι την 18.2.2003 προέβη σε έκπτωση 50% επί της τιμής όλων των καλλυντικών τα οποία εμπορεύεται στο κατάστημά της, με την αποκλειστική εξαίρεση των δικών της προϊόντων, γεγονός που, κατά την ESTEE LAUDER, καταδεικνύει πρόθεση μη προώθησης στην αγορά των προϊόντων αυτών ή ακόμη και πρόκλησης ζημιάς σε αυτήν. Η μεγάλη διαφορά στην τιμή οδήγησε σε μειωμένη ζήτηση για τα προϊόντα της εταιρίας ESTEE LAUDER, με επακόλουθη συνέπεια τη μείωση των συνολικών αποδοχών των αισθητικών συμβούλων[272]. Αναφέρεται, επιπλέον, ότι προκειμένου να αντιμετωπιστεί αυτή η κατάσταση οι εν λόγω πωλήτριες διοχετεύτηκαν σε άλλα σημεία με μεγαλύτερες πωλήσεις, καθώς και ότι παρόλο που είναι στην απόλυτη διακριτική ευχέρεια της ESTEE LAUDER η

[265] Βλ. επιστολή […].

[266] Βλ. επιστολή […].

[267] Βλ. επιστολή […].

[268] Βλ. Παράρτημα 1 της παρούσας.

[269] Φαίνεται μόνο ο αποστολέας του φαξ, αλλά εφόσον τα εν λόγω φαξ βρέθηκαν στην ROGE εικάζεται ότι αυτή ήταν και ο παραλήπτης. Δεν προκύπτει από τα εν λόγω έγγραφα πως βρέθηκαν στην HONDOS CENTER Χαλανδρίου.

[270] Ειδικότερα, την ίδια ημέρα (26.2.2003) στάλθηκε αρχικώς από τους […] (NOTOS), στη συνέχεια η εν λόγω τηλεομοιοτυπία στάλθηκε με φαξ από την NOTOS COM ΚΛΑΔΟΣ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ την [δεν φαίνεται η ακριβής ημερομηνία].3.2003 και τέλος, η εν λόγω δεύτερη τηλεομοιοτυπία της εξώδικης ξαναστάλθηκε (τρίτη φορά) με φαξ, την 12.3.2003, από το κατάστημα HONDOS CENTER Χαλανδρίου προς την ROGE.

[271] Ό.π. Επίσης, η εν λόγω εξώδικη απάντηση είχε σταλεί με τηλεομοιοτυπία από την NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ την 3.3.2003 και στη συνέχεια η εν λόγω τηλεομοιοτυπία αποστέλλεται, με φαξ, την 12.3.2003 από την HONDOS CENTER Χαλανδρίου προς την ROGE.

[272] Η ESTEE LAUDER αναφέρει τέσσερα χρόνια μετά την αποστολή της ανωτέρω επιστολής και συγκεκριμένα με την από 19.12.2007 (α.π.7387) επιστολή της προς την Ε.Α. ότι μοναδικό κριτήριο της απόφασής της να αποσύρει αισθητικούς από καταστήματα είναι οι μειωμένες πωλήσεις των προϊόντων της από τα καταστήματα λιανικής.

τοποθέτηση αισθητικών συμβούλων, παρά ταύτα, προέβη αμέσως, μετά το τέλος των εκπτώσεων, σε επιστροφή κάποιων αισθητικών συμβούλων στα καταστήματα της NOTOS COM, χωρίς να έχει ανάλογη υποχρέωση.

171) Επίσης, βρέθηκε τηλεομοιοτυπία της από 7.3.2003 εξώδικης απάντησης δήλωσης - πρόσκλησης και διαμαρτυρίας της NOTOS COM κατά της εταιρίας ESTEE LAUDER[273], στην οποία η πρώτη απάντησε στη δεύτερη ότι, όπως την είχε ήδη ενημερώσει, κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων που έληξαν την 22.2.2003, προέβη σε εκπτώσεις στο κατάστημα ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ (νυν NOTOS Galleries) μόνο επί των ιδίων καλλυντικών που προέβη σε (ίδιου ύψους) εκπτώσεις και το πολυκατάστημα Hondos της πλατείας Ομονοίας, το οποίο είναι και ο μεγαλύτερος ανταγωνιστής της στην περιοχή. Αντίστοιχα, δεν προέβη σε εκπτώσεις στα υπόλοιπα καλλυντικά στα οποία δεν χορήγησε εκπτώσεις και ο εν λόγω ανταγωνιστής, μεταξύ των οποίων ήταν και τα καλλυντικά της ESTEE LAUDER. Επικουρικά δε αναφέρει, ότι εφόσον η ESTEE LAUDER υποστηρίζει ότι έχει την υποχρέωση να ρυθμίζει τον αριθμό των αισθητικών της συμβούλων ανάλογα με την αναμενόμενη ζήτηση, δεν μπορεί να ισχυριστεί ότι η αναμενόμενη ζήτηση στα πολυκαταστήματα ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ κατά την περίοδο εκπτώσεων θα ήταν μηδενική, ούτε ότι μετά τις εκπτώσεις η αναμενόμενη ζήτηση θα ήταν τέτοια ώστε να επαναφέρει μόνο τις μισές συμβούλους. Περαιτέρω, επισημαίνει ότι, ενώ και το πολυκατάστημα Hondos της Ομόνοιας προέβη στις ίδιες ακριβώς εκπτώσεις επί των καλλυντικών της ESTEE LAUDER, οι αισθητικές σύμβουλοι αποσύρθηκαν από το εν λόγω πολυκατάστημα μόνο την πρώτη μέρα των εκπτώσεων και εν συνεχεία επανήλθαν όλες. Παράλληλα, η ESTEE LAUDER ακύρωσε δύο προγραμματισμένες προωθητικές εκδηλώσεις στα καταστήματα ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ, ενώ αντιθέτως πραγματοποίησε τις προγραμματισμένες προωθητικές εκδηλώσεις στο ανταγωνιστικό πολυκατάστημα Hondos, το οποίο τήρησε ακριβώς την ίδια πολιτική κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων ως προς τις τιμές πώλησης των προϊόντων της ESTEE LAUDER.

Η.1.1.2 Έτος 2006

172) Περαιτέρω εξώδικες επιστολές ανταλλάχθηκαν το 2006 κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων, μεταξύ της NOTOS και των εταιριών L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ και CHRISTIAN DIOR, οι οποίες αφορούσαν τη μη κάλυψη από τις εν λόγω πέντε εταιρίες χονδρικής μέρους των εκπτώσεων των προϊόντων τους που πωλούνταν μέσω των καταστημάτων της πρώτης, καθώς και την απόσυρση αισθητικών συμβούλων από τα καταστήματα NOTOS. Ειδικότερα:

173) Η NOTOS COM απέστειλε, την 23.1.2006, την πρώτη εξώδικη δήλωση - πρόσκληση και διαμαρτυρία[274] της προς τις εταιρίες L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, και DIORFIL AEBE (CHRISTIAN DIOR), στην οποία αναφέρονται, μεταξύ άλλων, τα εξής:

- Ενώ κατά την περίοδο των εκπτώσεων «είθισται παγίως αλλά είναι και συμφωνημένο μεταξύ μας, οι εταιρείες σας (αλλά και όλες του κλάδου) να μας ενημερώνουν για το ποσοστό έκπτωσης που επιθυμείτε για τα προϊόντα σας που πωλούνται από τα πολυκαταστήματά μας επιστρέφοντάς μας ταυτόχρονα μέρος της έκπτωσης με τη μορφή πιστωτικού σημειώματος … την ίδια δε πρακτική ακολουθείτε στο σύνολο της αγοράς», κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006, που άρχισε την 23.1.2006, οι εν λόγω καταγγελλόμενες εταιρίες χορήγησαν πιστωτικά σημειώματα σε όλα τα καταστήματα πλην των καταστημάτων της NOTOS COM.

- «Ταυτόχρονα, τελείως απροειδοποίητα, αδικαιολόγητα και αιφνιδιαστικά» οι εν λόγω εταιρίες αφαίρεσαν από τα πολυκαταστήματα της NOTOS COM όλες τις αισθητικούς/πωλήτριες που της παρείχαν «βάσει της μεταξύ μας συμφωνίας για την πώληση των εμπορευμάτων σας. … η ενέργειά σας ήταν συντονισμένη, καθώς και όλες οι άλλες εταιρίες του κλάδου έπραξαν το ίδιο».

- Αναφέρει, η NOTOS COM επιπλέον, ότι οι προαναφερθείσες πρακτικές επιβλήθηκαν από ανταγωνιστικό προς αυτήν κατάστημα[275] με σκοπό να αποκτήσει συγκριτικό πλεονέκτημα έναντί της.

174) Την επόμενη ημέρα (24.1.2006) η NOTOS COM[276] απέστειλε δεύτερη εξώδικη δήλωση-πρόσκληση και διαμαρτυρία προς τις εν λόγω 5 καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής εμπορίας καλλυντικών, ζητώντας να παύσουν την παράνομη συμπεριφορά τους[277], υπό την απειλή της παραπομπής τους στην Επιτροπή Ανταγωνισμού[278].

175) Στα διαλαμβανόμενα στο πρώτο και δεύτερο εξώδικο της καταγγέλλουσας, οι αποδέκτες της απάντησαν ως ακολούθως:

α) Η L’OREAL απέστειλε δύο εξώδικες δηλώσεις προς την NOTOS COM, το περιεχόμενο των οποίων έχει ως εξής:

- Στην από 24.1.2006 εξώδικη απάντηση διαμαρτυρία και δήλωση της[279], αναφέρεται, μεταξύ άλλων, ότι η δεύτερη επιχείρησε να εξασφαλίσει «αθέμιτο συγκριτικό πλεονέκτημα» υπέρ των μαρκών που αντιπροσωπεύει[280], καθώς στην περίοδο των εκπτώσεων χορήγησε μεγα-

[273] Επίσης, η εν λόγω εξώδικη απάντηση είχε σταλεί, αρχικώς, με τηλεομοιοτυπία από την […] (NOTOS COM ΚΛΑΔΟΣ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΩΝ) την 3.3.2003 στον […], και στη συνέχεια η εν λόγω τηλεομοιοτυπία αποστέλλεται, με φαξ, την 12.3.2003 από την HONDOS CENTER Χαλανδρίου προς την ROGE.

[274] Συν. 1α στην υπ’ αριθμ. 1126/24.2.2006 καταγγελία και συν. στην υπ’ αριθμ. 407/25.1.2006 εξώδικη δήλωση-πρόσκληση και διαμαρτυρία της καταγγέλλουσας.

[275] Δεν αναφέρεται κάποιο όνομα.

[276] Υπ’ αριθμ. πρωτ. 407/25.1.2006.

[277] Η οποία, κατά την εξώδικη δήλωση, συνίσταται σε: α) Αιφνιδιαστική, αδικαιολόγητη και εναρμονισμένη άρνηση χορήγησης πιστωτικών σημειωμάτων, τα οποία χορηγούν σε ανταγωνιστικά προς την καταγγέλλουσα καταστήματα με σκοπό τη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος υπέρ αυτών, β) Αιφνιδιαστική, αντισυμβατική, αδικαιολόγητη και εναρμονισμένη απόσυρση από μέρους τους από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας κατά την πρώτη μέρα των εκπτώσεων όλων των αισθητικών- πωλητριών τους, σε αντίθεση με τα υπόλοιπα καταστήματα τα οποία ενίσχυσαν με την αποστολή πρόσθετου προσωπικού, αποσκοπώντας και πάλι σε δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος υπέρ αυτών και πρόκληση σημαντικής βλάβης εις βάρος της καταγγέλλουσας.

[278] Βλ. και ενότητα Β.1. της παρούσας

[279] Συν. ως στοιχείο 2γ στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM.

[280] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 3808/1.6.2017 έκθεση του εισηγητή Ν. Ζευγώλη, Παράρτημα 2, υπό Π2.1.

λύτερη έκπτωση (της τάξης του 60%) μόνο στα δικά της προϊόντα, ενώ στα λοιπά (ανταγωνιστικά) παρείχε έκπτωση 50%, στρέφοντας έτσι τον καταναλωτή στην αγορά των δικών της προϊόντων. Κατά τη L’OREAL γίνεται «κανιβαλισμός» των προϊόντων της και οι «πρακτικές υπέρμετρων εκπτώσεων υποβιβάζουν τα προϊόντα σε προϊόντα καλαθιού»[281]. Περαιτέρω θεωρεί την αντίδρασή της δικαιολογημένη, τους δε ισχυρισμούς της NOTOS COM αναφορικά με συνεννόηση μεταξύ ανταγωνιστών ή τη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων κατά τις εκπτωτικές περιόδους αβάσιμους και κακόπιστους, ενώ δηλώνει ότι «εάν δεν αποκαταστήσετε τη νομιμότητα και συγκεκριμένα να εφαρμόσετε άμεσα εκπτώσεις που να μη θίγουν το κύρος και τη φήμη των προϊόντων μας, δηλαδή συνολικώς και αδιακρίτως μέχρι 50%, θα λάβουμε σε βάρος σας κάθε νόμιμο μέτρο προς προάσπιση των πολλαπλώς απειλούμενων δικαιωμάτων μας».

- Δύο μέρες αργότερα (26.1.2006) η L’OREAL επανήλθε με νέα εξώδικη διαμαρτυρία και δήλωση[282], στην οποία αναφέρεται, μεταξύ άλλων, ότι «η εξακολουθητική προσβολή που επιχειρείτε στα προϊόντα μας … μας οδηγεί στην πεποίθηση ότι δεν προτίθεστε …να αποκαταστήσετε άμεσα τη νομιμότητα και ταυτόχρονα ανακύπτει για εμάς άμεση ανάγκη υποστήριξης των προϊόντων μας με αισθητικούς κ.λπ. σε άλλα σημεία πώλησης που κυρίως την περίοδο αυτή των εκπτώσεων παρουσιάζουν αυξημένη ζήτηση και έχουν ανάγκη υποστήριξης, σε αντίθεση με τα καταστήματα σας όπου, ακριβώς λόγω των ενεργειών σας, τα προϊόντα μας παρουσιάζουν ελάχιστη αν όχι μηδενική ζήτηση σε σχέση με τα προϊόντα που εσείς διακινείτε.... Για το λόγο αυτό αισθητικοί που σας είχαμε διαθέσει για τη στήριξη των προϊόντων μας θα διατεθούν, τουλάχιστο για την περίοδο των εκπτώσεων σε άλλα καταστήματα,…[ενώ] ανάλογα με την πρακτική και στάση που περαιτέρω θα ακολουθήσετε [θα] προσδώσουμε μονιμότερο χαρακτήρα στην απόφασή μας.»

β) Η ESTEE LAUDER απέστειλε τρεις εξώδικες δηλώσεις προς την NOTOS COM, το περιεχόμενο των οποίων έχει ως εξής:

- Στην από 25.1.2006 εξώδικη απάντηση – δήλωσή της[283] ισχυρίζεται ότι δρα πλήρως αυτόνομα και ανεξάρτητα στην αγορά χωρίς να συμπράττει με οποιαδήποτε άλλη επιχείρηση ενώ θεωρεί ότι η παροχή από πλευράς της NOTOS COM μεγαλύτερης έκπτωσης στα προϊόντα δικής της διανομής (60%) με την παράλληλη διατήρηση της έκπτωσης στα καλλυντικά επιλεκτικής διανομής της ESTEE LAUDER στο 50%, είχε ως αποκλειστικό στόχο την ενίσχυση της θέσης της NOTOS COM στην αγορά λιανικής σε βάρος των υπολοίπων εισαγωγέων. Η ESTEE LAUDER αναφέρει ότι η NOTOS COM εκμεταλλεύεται την «καθετοποίησή» της, προσφέροντας «έκπτωση η οποία υπό συνθήκες κανονικού ανταγωνισμού θεωρείται ως πώληση κάτω του κόστους». Περαιτέρω, η ESTEE LAUDER υποστηρίζει ότι η παροχή αισθητικών συμβούλων «έγκειται στην απόλυτη διακριτική ευχέρεια του διανομέα ο οποίος και καθορίζει τον χρόνο, τον τόπο και τον αριθμό των απασχολούμενων αισθητικών», ως ένα μέτρο προώθησης πωλήσεων, χωρίς να υφίσταται «οιαδήποτε συμβατική υποχρέωση μας να σας διαθέσουμε για ορισμένο χρονικό διάστημα τους αισθητικούς μας και μάλιστα, όποτε εσείς το κρίνετε». Επιπλέον, αναφέρει ότι η τοποθέτηση των αισθητικών γίνεται με ορθολογικά κριτήρια, όπως η αναμενόμενη ζήτηση των προϊόντων, οι συνθήκες της αγοράς, οι όροι συνεργασίας με κάθε κατάστημα και τα περιθώρια για προβολή των προϊόντων σε αυτό, και καθώς η NOTOS COM χορηγεί υψηλότερες εκπτώσεις στα δικά της προϊόντα, η ESTEE LAUDER θεωρεί ότι η ύπαρξη αισθητικών της «διακοσμητική λειτουργία επιτελεί και μόνον». Τέλος, αναφέρεται ότι «ουδέποτε επιστρέφουμε μέρος της εκπτώσεως που παρέχει προς τον καταναλωτή ο μεταπωλητής, ο δε ισχυρισμός σας είναι ψευδής».

- Στις 6.2.2006, η εταιρία απέστειλε νέα Εξώδικη Δήλωση και Πρόσκληση[284], επαναλαμβάνοντας, κατά ένα μέρος, τα αναφερόμενα στην από 25.1.2006 εξώδικη απάντησή της και προσθέτοντας περαιτέρω ότι έχει κλονιστεί η μεταξύ τους συνεργασία, καλώντας την NOTOS COM σε διαπραγματεύσεις για το μέλλον της συνεργασίας τους.

- Τέλος, στην από 14.3.2006 Εξώδικη Ανταπάντηση και Πρόσκληση της ESTEE LAUDER[285] αναφέρεται, μεταξύ άλλων, ότι η πρώτη απέσυρε τις αισθητικούς της συμβούλους την 23.1.2006 λόγω της αυξημένης χορηγούμενης έκπτωσης του 60% της NOTOS COM σε προϊόντα διανομής της. Επίσης, παρά τα προβλήματα που αντιμετωπίζουν στην εμπορική τους συνεργασία, ως ένδειξη καλής θέλησης, πρότειναν να εκπαιδεύσουν αισθητικούς της NOTOS COM[286]. Περαιτέρω, αναφέρεται ότι η μεταξύ τους σχέση συνεργασίας έχει καταγγελθεί, με αποτέλεσμα η παράδοση εμπορευμάτων να γίνεται πλέον χωρίς εκ μέρους της συμβατική δέσμευση και «ως εκ τούτου δεν τίθεται πλέον θέμα να συνεχίσουμε να σας παραχωρούμε αισθητικούς ή να προβαίνουμε σε άλλα μέτρα προώθησης των προϊόντων μας, όταν εσείς με τη συμπεριφορά τας τα υποβιβάζετε στην αγορά». Τέλος, καλούνται σε συνάντηση οι εκπρόσωποι της NOTOS COM στις 3.4.2006.

γ) Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στην από 25.1.2006 εξώδικη απάντησή της προς την NOTOS COM[287], αναφέρει, μεταξύ άλλων, τα εξής:

- Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ δεν ενημερώνει την NOTOS COM πριν την περίοδο των εκπτώσεων για το ποσοστό έκπτωσης που επιθυμεί στα προϊόντα της. Ο καθορισμός των τιμών

[281] Με βάση το ίδιο εξώδικο, «έχει γίνει δεκτό και με αποφάσεις της Επιτροπής Ανταγωνισμού, ότι στην επιλεκτική διανομή το ανεκτό εύρος των εκπτώσεων δεν μπορεί να υπερβαίνει το ποσοστό του 50%».

[282] Συν. ως στοιχείο 2γ (δεύτερο) στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM.

[283] Συν. ως στοιχείο 2α στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM. Απάντηση της ESTEE LAUDER στα από 23 και 24.1.2006 εξώδικα της NOTOS COM.

[284] Συν. ως στοιχείο 3α στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM.

[285] Επισυναπτόμενη στην από 16.11.2007 ανωμοτί κατάθεση του […].

[286] Χωρίς δαπάνη από τη NOTOS COM.

[287] Συν. ως στοιχείο 2δ στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM. Απάντηση στα από 23 και 24.1.2006 εξώδικα της NOTOS COM.

πώλησης των καλλυντικών που διαθέτει ο λιανοπωλητής στο κοινό γίνεται αποκλειστικά από αυτόν.

- Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ εκδίδει πιστωτικά σημειώματα σε εφαρμογή των ισχυουσών εμπορικών συμφωνιών για την παροχή εκπτώσεων (παροχές) «λόγω επιτεύξεως από κοινού συμφωνημένων στόχων αγοράς προϊόντων (sell-in)» είτε στο τέλος του έτους είτε ανά οίκο ή κατηγορία προϊόντος.

- Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ ανακάλεσε τους αισθητικούς της (τους οποίους μισθοδοτεί και ασκεί πλήρη εργοδοτικά δικαιώματα) από τα καταστήματα της NOTOS COM επειδή η τελευταία (i) παρείχε από τα καταστήματά της έκπτωση 60% στα καλλυντικά προϊόντα τα οποία αντιπροσωπεύει και μόνο 50% στα καλλυντικά προϊόντα διανομής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στρέφοντας το σύνολο του καταναλωτικού κοινού από την πρώτη ημέρα των εκπτώσεων στα προϊόντα της και καθιστώντας τα υπόλοιπα ελάχιστα έως καθόλου επιθυμητά και (ii) εξέφρασε την πρόθεση να μειώσει τον παρεχόμενο χώρο στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ (πάγκους) στα καταστήματα Αθήνας και Θεσσαλονίκης και απέρριψε την πρότασή της για μεγαλύτερο χώρο στο κατάστημα του Πειραιά, παρόλο που οι πωλήσεις της καθ’ όλη τη διάρκεια του 2005 κατέγραψαν ανοδική πορεία.

δ) Η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, στην από 30.1.2006 εξώδικη απάντηση, διαμαρτυρία και δήλωσή της προς τη NOTOS COM[288] αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι «η επιστροφή μέρους της έκπτωσης με τη μορφή πιστωτικού σημειώματος δεν αποτελεί συνήθη εμπορική πρακτική, παγίως καθιερωμένη στην αγορά. Οποιαδήποτε παροχή πέραν της ετήσιας εμπορικής συμφωνίας μπορεί να αποτελέσει αντικείμενο ξεχωριστής διαπραγμάτευσης για τη συμμετοχή προϊόντων της εταιρίας ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ σε συγκεκριμένες από κοινού και εκ των προτέρων καθορισμένες εμπορικές ενέργειες». Περαιτέρω, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ δηλώνει ότι δεν προβαίνει σε τέτοιου είδους ενέργειες κατά διάκριση σε ανταγωνιστικά καταστήματα με τρόπο ώστε αυτό να θεωρείται άνιση μεταχείριση προς αυτά, ενώ αρνείται τον ισχυρισμό της NOTOS COM περί εναρμονισμένης πρακτικής των εταιριών χονδρικής πώλησης καλλυντικών επιλεκτικής διανομής δεδομένου ότι θεωρεί αυτονόητο ότι κάθε εταιρία επιλέγει από μόνη της τις ενέργειες που θα ακολουθήσει, σύμφωνα με τα συμφέροντα της και τις επιδιώξεις της στην αγορά. Τέλος σημειώνει ότι η αφαίρεση των αισθητικών της συμβούλων από τα καταστήματα NOTOS COM «οφείλεται σε θέμα αρχής: δεν προτιθέμεθα να συμμετάσχουμε σε ένα περιβάλλον λιανεμπορίου με έντονα διαφοροποιημένους όρους ανταγωνισμού που επηρεάζουν τα μερίδια πωλήσεων. Πολλώ δε μάλλον όταν αυτό γίνεται εντελώς απροειδοποίητα με τρόπο αιφνιδιαστικό και αθέμιτο», και θεωρεί τους ισχυρισμούς της NOTOS COM περί υποκίνησης των υπό κρίση ενεργειών από άλλο κατάστημα λιανικής προσβλητικούς και απαράδεκτους. Η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ απέστειλε και δεύτερη εξώδικη Απάντηση, Διαμαρτυρία και Δήλωση προς τη NOTOS COM[289] στις 2.2.2006, με την οποία η πρώτη ζητάει από τη δεύτερη να ανακαλέσει άμεσα τους ισχυρισμούς της περί συντονισμένων ενεργειών των εταιριών του κλάδου και υποκίνηση αυτών από άλλο κατάστημα λιανικής.

ε) Η CHRISTIAN DIOR, στην από 6.2.2006 εξώδικη απάντηση–δήλωση, διαμαρτυρία και πρόσκλησή της προς την NOTOS COM[290] αναφέρει, μεταξύ άλλων, τα εξής:

-«Η απόσυρση των αισθητικών- πωλητριών της από τα καταστήματα της NOTOS COM από την πρώτη ημέρα των εκπτώσεων ήταν ο μοναδικός τρόπος διαμαρτυρίας απέναντι στην αντισυμβατική και παράνομη συμπεριφορά της NOTOS COM, η οποία κατά την CHRISTIAN DIOR ήταν η χορήγηση υψηλότερων εκπτώσεων στα δικά της προϊόντα (60% έναντι 50% στα προϊόντα της CHRISTIAN DIOR)»[291]. Αναφέρει δε χαρακτηριστικά ότι «Κατά τη πρώτη μέρα των εκπτώσεων αιφνιδιαστικά και χωρίς καμία προειδοποίηση ή ενημέρωση εκ μέρους σας διαπιστώσαμε ότι πουλούσατε τα προϊόντα σας σε ποσοστό έκπτωσης που υπερέβαινε τα συμφωνηθέντα με την εταιρία μας αλλά και τις λοιπές εταιρίες, κατά των οποίων αναφέρεσθε στα εξώδικά σας. Συγκεκριμένα, με έκπληξη διαπιστώσαμε ότι πωλούσατε τα δικά σας προϊόντα με έκπτωση 60%, αντί του 50% που είχαμε συμφωνήσει ότι θα πωλούνταν όλα τα είδη αδιακρίτως, δηλαδή τόσο τα δικά σας όσο και τα δικά μας και των λοιπών εταιριών. Προβήκατε δηλαδή σε μια καθόλα πρωτοφανή αυθαίρετη και άνευ ουδεμίας προηγούμενης ενημέρωσής μας, παράνομη αύξηση του ποσοστού έκπτωσης κατά 10% στα δικά σας προϊόντα, προκειμένου να εξασφαλίσετε προνομιακή πώληση των δικών σας προϊόντων σε βάρος των δικών μας πωλούμενων προϊόντων. Δέον να σας υπενθυμίσουμε ότι όλα τα χρόνια της μεταξύ μας συνεργασίας, ΟΥΔΕΠΟΤΕ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΥΠΗΡΞΕ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΕΚΠΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΚΩΝ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ[292], πράγμα λογικό διότι μόνο έτσι εξασφαλίζεται η προστα-

[288] Συν. ως στοιχείο 2β στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM. Απάντηση στα από 23 και 25.1.2006 εξώδικα της NOTOS COM.

[289] Συν. ως στοιχείο 3β στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM.

[290] Συν. ως στοιχείο 2ε στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM, η οποία εστάλη ως απάντηση στις από 23 και 25.1.2006 εξώδικες δηλώσεις της NOTOS COM.

[291] Επιπλέον, η CHRISTIAN DIOR αναφέρει στην εξώδικη δήλωση της τους λόγους για τους οποίους απέσυρε τις αισθητικές συμβούλους της. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι: «Είναι λοιπόν προφανές από τα παραπάνω, ότι η αποχώρησή μας δεν ήταν ούτε αντισυμβατική, ούτε αναιτιολόγητη, ούτε παράνομη, αλλά έγινε σε ένδειξη διαμαρτυρίας κατά της αιφνιδιαστικής αλλαγής της πολιτικής των εκπτώσεων που ίσχυε αδιακρίτως όλα τα χρόνια της συνεργασίας μας με την εταιρία σας και την οποία προσπαθήσατε ανεπιτυχώς να μας επιβάλλετε με την παράνομη και καταχρηστική συμπεριφορά σας. Το επιχείρημά σας δε ότι ξαφνικά μετά από τόσα χρόνια συνεργασίας όχι μόνο η εταιρία μας αλλά και οι λοιπές τέσσερις εταιρίες τις οποίες επικαλείσθε και που αποτελούν σήμερα τους μεγαλύτερους και πλέον σοβαρούς και αξιόπιστους οίκους καλλυντικών στον ελληνικό χώρο, αποφάσισαν ξαφνικά να «εναρμονισθούν» μεταξύ τους με σκοπό ‘τον αφανισμό σας’ και τη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος υπέρ των ανταγωνιστών σας, δεν χρήζει καν σχολιασμού, ενώ προδήλως αποδεικνύει την εκ μέρους σας έλλειψη σοβαρών επιχειρημάτων που θα μπορούσαν να εξηγήσουν την αυθαίρετη και καταχρηστική εις βάρος μας επιβολή μιας νέας αυθαίρετης και μονομερούς τιμολογιακής πολιτικής εκπτώσεων!!!».

[292] Έμφαση με κεφαλαία όπως αποτυπώνεται στην εν λόγω απάντηση. Επί των συγκεκριμένων αναφορών, η CHRISTIAN DIOR απέστειλε σχετική επιστολή στη ΓΔΑ διευκρινίζοντας ότι ουδέποτε υπήρξε συνεννόηση μεταξύ των εταιριών (βλ. Ενότητα Η.1.2.5 κατωτέρω).

σία του υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των εταιριών μας και πάνω σε αυτή τη βάση στηριζόταν έως σήμερα η συνεργασία σας με την εταιρεία μας αλλά και τις λοιπές εταιρείες».

- Η «αυθαίρετη» αλλαγή της πολιτικής των εκπτώσεων που εφήρμοσε η NOTOS COM για πρώτη φορά στις χειμερινές εκπτώσεις του 2006 «αποτελεί σοβαρή αθέμιτη και ανταγωνιστική εις βάρος μας [ενν. CHRISTIAN DIOR] συμπεριφορά, αντίθετη σε κάθε έως σήμερα μεταξύ μας συμφωνία και συναλλακτική πρακτική και συνιστά σοβαρή ζημιωτική πράξη των οικονομικών μας και όχι μόνο συμφερόντων» και παράλληλα «αποτελεί κλασσική περίπτωση καταχρηστικότητας των εκπτώσεων, διότι σκοπίμως προβήκατε στην άρση της επιλεκτικής ελευθερίας των πελατών καθώς και στη επιβολή άνισων όρων επί ομοειδών συναλλαγών με όλες τις άλλες συνεργαζόμενες στα καταστήματά σας επιχειρήσεις με σκοπό να μας θέσετε σε άνιση ανταγωνιστική θέση.».

176) Εν συνεχεία, η NOTOS COM απέστειλε, την 11.7.2006, τρίτη εξώδικη πρόσκληση - δήλωση[293] προς τις ίδιες εταιρίες (δηλαδή L’OREAL, ESTEE LAUDER, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR) καλώντας τες, εν όψει των θερινών εκπτώσεων 2006, να παύσουν τη διακριτική μεταχείριση σε βάρος της, η οποία ξεκίνησε από την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων και συνεχίστηκε έως τη σύνταξη του εν λόγω εξώδικου και τους ζητά εντός δύο ημερών να επαναφέρουν τις αισθητικούς συμβούλους που υποστηρίζουν τα προϊόντα τους στα πολυκαταστήματά της, καθώς και να υποστηρίξουν την παροχή έκπτωσης προς τους καταναλωτές στα προϊόντα διανομής τους με τα ποσοστά έκπτωσης και πρόσθετης έκπτωσης που εφαρμόζουν στην υπόλοιπη αγορά. Οι αποδέκτες της εξώδικης δήλωσης απάντησαν στη NOTOS COM ως εξής:

α) Η L’OREAL, στην από 13.7.2006 εξώδικη απάντηση, διαμαρτυρία και δήλωσή της[294] χαρακτηρίζει αναληθές το από 11.7.2006 εξώδικο της NOTOS COM και αναφέρεται σε δυσμενή διακριτική μεταχείριση σε βάρος των προϊόντων της[295], γεγονός που την οδήγησε, όπως αναφέρει, σε μερική απόσυρση κάποιων αισθητικών από τα καταστήματα της NOTOS COM προκειμένου να αντιμετωπιστεί η αυξημένη ζήτηση σε άλλα σημεία πώλησης. Στη συνέχεια αντικρούει τους ισχυρισμούς της NOTOS COM και αναφέρει τις προσπάθειες που κατέβαλε η ίδια για την ομαλοποίηση των εμπορικών τους σχέσεων, ενώ καταλήγει ζητώντας να ανακαλέσει η NOTOS COM τα αναφερόμενα στο από 11.7.2006 εξώδικο, ειδάλλως θα αφαιρέσει οριστικά όλες τις αισθητικούς που παραμένουν στα καταστήματα και θα λάβει τα νόμιμα μέτρα.

β) Η ESTEE LAUDER, στην από 14.7.2006 Εξώδικη Απάντηση-Δήλωσή της[296] κατηγορεί τη NOTOS COM ότι συνεχίζει την πάγια τακτική της να μετατρέπει μια αστική εμπορική διαφορά που προκαλεί τεράστια ζημιά στις πωλήσεις της σε δήθεν εναρμονισμένη συμπεριφορά, ισχυριζόμενη ότι ως εταιρία ενεργεί αυτόνομα, χωρίς συνεννοήσεις με άλλες επιχειρήσεις στη βαθμίδα της ή στη βαθμίδα του λιανεμπορίου. Περαιτέρω, υπενθυμίζει ότι η όλη διαφορά προκλήθηκε με τις άνισες εκπτώσεις (60%) στα προϊόντα της NOTOS COM τον προηγούμενο Φεβρουάριο (2006), όταν η NOTOS COM εκμεταλλεύθηκε την καθετοποίηση της επιχείρησής της, που της επιτρέπει να χρησιμοποιεί «κατά αυθαίρετη βούλησή σας είτε την ιδιότητα σας ως εισαγωγέα είτε ως λιανοπωλητή είτε ως κήνσορα των νόμων της αγοράς». Υπενθυμίζει επίσης, ότι μία σειρά εγκαίρως σταλθέντων εξωδίκων προσκλήσεών της προς διαπραγματεύσεις που αγνοήθηκαν, μαρτυρούν την καλή της θέληση αλλά και την πρόθεσή της να αποτρέψει μεγάλες ζημιές για τα προϊόντα της. Θεωρεί δε το εξώδικο της NOTOS COM ενόψει των θερινών εκπτώσεων προσχηματικό και τελεσιγραφικό. Παρά ταύτα, η ESTEE LAUDER καλεί τη NOTOS COM «έστω και την ύστατη στιγμή των εκπτώσεων» σε διαπραγματεύσεις ως προς όλα τα ανοιχτά θέματα στο πλαίσιο επίλυσης της διμερούς εμπορικής διαφοράς τους, ώστε να μπορέσει να λειτουργήσει η μεταξύ τους συνεργασία προτείνοντας συνάντηση συγκεκριμένη ημέρα και ώρα[297] σε τόπο κοινής αποδοχής.

γ) Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στην από 12.7.2006 Εξώδικη Απάντησή της[298] αναφέρει, μεταξύ άλλων, τα εξής:

- Ο ισχυρισμός της NOTOS COM για εναρμονισμένη ανάκληση του συνόλου των αισθητικών από τα καταστήματά της από τους εισαγωγείς καλλυντικών είναι ψευδής και αποσκοπεί στη σπίλωση της εταιρίας και την εμπλοκή της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Προς επίρρωση αυτού, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αναφέρει ότι επανέφερε τη μία από τις τρεις αισθητικούς που απασχολούσε συνολικά στα καταστήματα της NOTOS COM (στο κατάστημα του Πειραιά), αμέσως μετά τη λήξη των εκπτώσεων που είχε ορίσει η NOTOS COM και οι οποίες καθιστούσαν ασύμφορη την αγορά των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ», και επομένως άνευ λόγου την παραμονή των αισθητικών.

- Η απόφαση για την απόσυρση των αισθητικών από το κατάστημα της Θεσσαλονίκης έγινε γιατί, παρά την αύξηση των πωλήσεων των εν λόγω προϊόντων κατά το 2005, η NOTOS COM περιόρισε δραστικά τον παρεχόμενο σε αυτά χώρο. Η απόσυρση των αισθητικών από το κατάστημα της Αθήνας ακολούθησε την εκπεφρασμένη πρόθεση της NOTOS COM να περιορίσει το χώρο της ΣΑΡΑΝΤΗΣ (όπως είχε ήδη πράξει στο κατάστημα της Θεσσαλονίκης), καθώς δεν είχε εγκρίνει τα υποβληθέντα σχέδια ανάπλασης του χώρου διαθέσεως των προϊόντων της.

- Αναφορικά με τις παροχές πρόσθετων εκπτώσεων, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ υποστηρίζει ότι παροχές μέσω πιστωτικών σημειωμάτων δίνονται σε εφαρμογή των ισχυουσών εμπορικών συμφωνιών λόγω επίτευξης συμφωνημένων στόχων αγοράς προϊόντων είτε στο τέλος κάθε έτους είτε ανά οίκο ή κατηγορία προϊόντος.

δ) Η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, στην από 17.7.2006 Εξώδικη Απάντηση, Διαμαρτυρία και Δήλωσή της[299] (αρνείται εκ νέου

[293] Η οποία κοινοποιήθηκε στην ΕΑ (αριθμ. πρωτ. 4215/12.7.2006).

[294] Υπ’ αριθμ. 4305/17.7.2006.

[295] «[…] επιμελής απάλειψη οποιασδήποτε αναφοράς ή μνείας των επώνυμων προϊόντων μας … σε όλα τα ενημερωτικά και διαφημιστικά φυλλάδια προς το κοινό».

[296] Η οποία κοινοποιήθηκε στην Ε.Α. (αριθμ. πρωτ. 4559/19.7.2006)

[297] Η προτεινόμενη ημερομηνία ήταν η Πέμπτη, 20.7.2006.

[298] Με αριθμ. πρωτ. 4289/17.7.2006.

[299] Με αριθμ. πρωτ. 4582/20.7.2006.

τους ισχυρισμούς της NOTOS COM[300] και δηλώνει ότι για όσο διάστημα η NOTOS COM δεν ανακαλεί τους ισχυρισμούς της σε βάρος της, η ίδια δεν προτίθεται εντός της προθεσμίας των δύο ημερών που της θέτει να διαπραγματευτεί τη λήψη εμπορικών αποφάσεων σχετικά με την προώθηση προϊόντων διανομής της και τη χορήγηση ποσοστών εκπτώσεων («ζητήματα τα οποία κατά συνήθη εμπορική πρακτική αποτελούν θέματα ειδικής συμφωνίας και διαπραγμάτευσης»).

ε) Η CHRISTIAN DIOR, στην από 28.7.2006 Εξώδικη Απάντηση-Διαμαρτυρία και Δήλωσή της[301] αρνείται τους ισχυρισμούς της NOTOS COM και επισημαίνει ότι η παροχή οποιασδήποτε μορφής υποστήριξης προς τη εταιρία εμπίπτει στο πλαίσιο της εμπορικής τους συνεργασίας και, ως εκ τούτου αποτελεί αντικείμενο μεταξύ τους συζήτησης και συμφωνίας. Κατά την CHRISTIAN DIOR, η NOTOS COM δεν κατέβαλε καμία προσπάθεια προς αυτή την κατεύθυνση, παρά συνέχισε την πρακτική αποστολής εξωδίκων προκειμένου να την εξαναγκάσει προς εκπλήρωση των αιτημάτων της.

Η.1.1.3 Σύνοψη

177) Από τα αναγραφόμενα στις ως άνω εξώδικες επιστολές, παρά τις επιμέρους σχετικές διαφοροποιήσεις, προκύπτει ότι κατά το 2006, όλες οι προαναφερθείσες εταιρίες χονδρικής εμπορίας καλλυντικών (ESTEE LAUDER, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, L’ OREAL, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR) αντιδρώντας στην πρακτική που ακολούθησε η NOTOS COM στα καταστήματά της παρέχοντας υψηλότερες εκπτώσεις (60%) στα προϊόντα των οποίων η ίδια είναι αντιπρόσωπος έναντι των δικών τους προϊόντων (50%), προχώρησαν στην ανάκληση των αισθητικών τους συμβούλων από τα καταστήματα NOTOS COM. Ως (κοινό) επιχείρημα για την εν λόγω απόφασή τους όλες οι εν λόγω εταιρίες επικαλούνται ότι η πρακτική αυτή της NOTOS COM θα οδηγούσε σε μείωση της ζήτησης των προϊόντων τους. Επίσης, η εν λόγω πρακτική είχε εφαρμοστεί, όπως προαναφέρθηκε, από την ESTEE LAUDER κατά το έτος 2003.

Η.1.2 Η άποψη των χονδρεμπόρων

178) Κατόπιν των ανωτέρω, η Υπηρεσία, μέσω επιστολών της ή λαμβάνοντας καταθέσεις, ζήτησε διευκρινήσεις από όλα τα εμπλεκόμενα μέρη. Επίσης, ζήτησε την άποψη και των λοιπών λιανοπωλητών. Από τις απαντήσεις τους προέκυψαν τα εξής:

Η.1.2.1. Η θέση της NOTOS COM

179) Ως προς την παροχή υψηλότερων εκπτώσεων σε προϊόντα διανομής της (ύψους 60%) έναντι των προϊόντων των εταιριών ESTEE LAUDER, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, (L’ OREAL), ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR (ύψους 50%) μέσω των καταστημάτων της, στο από 29.6.2006 έγγραφό της, η NOTOS COM αναφέρει ότι το μέγεθός της ως διανομέα, η διπλή της ιδιότητα (διανομέας-λιανέμπορος) και η ανακοινωθείσα δέσμευσή της του 2006 για ανάπτυξη του δικτύου πολυκαταστημάτων της, την έχει θέσει στο στόχαστρο των ανταγωνιστών της στα επίπεδα λιανικής και χονδρικής πώλησης. Αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι ο δεσπόζων όμιλος στην αγορά λιανικής[302], εκμεταλλευόμενος τη σημασία των αισθητικών συμβούλων για την προώθηση των καλλυντικών προϊόντων, «διατάζει –πιέζει» τους διανομείς-προμηθευτές να αποσύρουν τις αισθητικούς συμβούλους από τα καταστήματα λιανικής που προσφέρουν στους καταναλωτές καλλυντικά με αυξημένη έκπτωση. Σε περίπτωση δε που ο διανομέας αρνηθεί να αποσύρει τις αισθητικούς του, ο εν λόγω δεσπόζων όμιλος απειλεί με σειρά μέτρων που θα προκαλέσουν ανεπανόρθωτη ζημιά στα προϊόντα του, όπως π.χ. αποβολή από τα καταστήματά του των αισθητικών συμβούλων του εν λόγω διανομέα, άρνηση διενέργειας διαφημιστικών προβολών, μείωση παραγγελιών, άρνηση διάθεσης νέων προϊόντων κ.λπ. Απόδειξη του σχετικού ισχυρισμού αποτελεί κατά τη NOTOS COM η απόσυρση αισθητικών συμβούλων από τα καταστήματά της όταν επιχείρησε να παρέχει έκπτωση 60% κατά τις χειμερινές εκπτώσεις 2006.

180) Απαντώντας σε σχετικά ερωτήματα επί διευκρινίσεων στην καταγγελία της, η NOTOS COM με το από 13.7.2006 «υπόμνημά της»[303], αναφέρει, μεταξύ άλλων, τα ακόλουθα:

- Στα πολυκαταστήματά της, η καταγγέλλουσα, διατήρησε κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων έτους 2006 ποσοστό συνολικής έκπτωσης 60% σε γκάμα προϊόντων της για 4 ημέρες (από 23/01 έως και 26/01), πριν υποκύψει στην ασκούμενη πίεση των καταγγελλομένων μέσω της ανάκλησης των αισθητικών συμβούλων, οπότε και την επαναφορά της συνολικής έκπτωσης στο επίπεδο του 50%. Κατά την ίδια χρονική περίοδο, η καταγγέλλουσα διατήρησε ως διανομέας την υποστήριξη προς τους πελάτες της - λιανοπωλητές παρέχοντάς τους «αυξημένη έκπτωση στην τιμή προμήθειας των ιδίων προϊόντων, ήτοι έκπτωση 20%», σε όλες τις παραγγελίες που της διαβιβάστηκαν έως και την 26/01, ακόμη και αν αυτές εκτελέστηκαν ή τιμολογήθηκαν αργότερα («σε χρόνο δηλαδή που είχαμε ήδη παύσει, ενδίδοντας στις πιέσεις, την αυξημένη έκπτωση στα πολυκαταστήματά μας»).

- Δεν προβαίνει σε πωλήσεις προϊόντων της κάτω του κόστους, ούτε ως διανομέας προσφέροντας αυξημένη έκπτωση ούτε ως κατάστημα λιανικής προσφέροντας στους καταναλωτές συνολική έκπτωση έως 60%[304].

- Σε απάντηση σχετικής ερώτησης κατά πόσον έχει υποστεί μείωση των πωλήσεων προϊόντων άλλων προ-

[300] Υπενθυμίζεται ότι στην εν λόγω επιστολή, η NOTOS COM ισχυρίζεται ότι οι ανωτέρω εταιρίες εν όψει των θερινών εκπτώσεων 2006 εφαρμόζουν διακριτική μεταχείριση σε βάρος της, και τους ζητά εντός δύο ημερών να επαναφέρουν τις αισθητικούς συμβούλους που υποστηρίζουν τα προϊόντα τους στα πολυκαταστήματα της NOTOS COM και να υποστηρίξουν την παροχή έκπτωσης προς τους καταναλωτές στα προϊόντα διανομής τους με τα ποσοστά έκπτωσης και πρόσθετης έκπτωσης που εφαρμόζουν στην υπόλοιπη αγορά.

[301] Με αριθμ. πρωτ. 4851/1.8.2006 (σε απάντηση της από 11.7.2006 εξώδικης πρόσκλησης της NOTOS COM - αριθμ. πρωτ. 4215/12.7.2006).

[302] Δεν αναφέρει συγκεκριμένο όνομα.

[303] Βλ υπ’ αριθμ. πρωτ. 4267/14.7.2006 υπόμνημα, το οποίο εστάλη σε απάντηση ερωτημάτων που είχαν τεθεί κατά τη συνάντηση της 26.6.2006 του […] με στελέχη της Επιτροπής Ανταγωνισμού, ως διευκρινίσεις επί της από 23.2.2006 καταγγελίας της NOTOS COM.

[304] Προσκομίζει σχετικά, ενδεικτικά, τιμολόγια - αποδείξεις προς επίρρωση του ισχυρισμού της. Βλ. σχετ. α)-ε) του υπ’ αριθμ. 4267/14.7.2006 εγγράφου.

μηθευτών που δεν υποστηρίζονται από αισθητικούς συμβούλους, ισχυρίζεται ότι οι πωλήσεις του 2006 έναντι των πωλήσεων του 2005 μειώθηκαν κατά 19,8% για τα προϊόντα Clinique, κατά 10,92% για τα προϊόντα Christian Dior, κατά 11,10% για τα προϊόντα Estee Lauder, κατά 19,38% για τα προϊόντα La Prairie και κατά 9,7% για τα προϊόντα Juvena Orlane.

- Ως παράδειγμα του μεγέθους της συμβολής των αισθητικών συμβούλων για την προώθηση των πωλήσεων, η καταγγέλλουσα αναφέρει την περίπτωση των αισθητικών συμβούλων της L΄OREAL, η οποία υποχρεώθηκε να διατηρήσει τις αισθητικούς συμβούλους της στο κατάστημα της NOTOS COM στην Αθήνα (εφόσον αυτές απασχολούνταν από τη NOTOS COM), ενώ απέσυρε τις αισθητικούς συμβούλους της από τα αντίστοιχα καταστήματα Πειραιά και Θεσσαλονίκης. Κατά την περίοδο Ιανουαρίου-Μαΐου 2006, οι πωλήσεις των προϊόντων Lancôme (διανομής της L΄OREAL) παρουσίασαν αύξηση 39% στο πολυκατάστημα της Αθήνας (όπου υπήρχαν αισθητικοί σύμβουλοι), ενώ στα καταστήματα του Πειραιά και της Θεσσαλονίκης (όπου δεν υπήρχαν) παρουσίασαν πτώση κατά 10,5% και 7,5%, αντίστοιχα.

181) Επιπλέον, στο από 17.8.2006 «υπόμνημά» της η NOTOS COM[305] δήλωσε τα κάτωθι:

- Η αγορά των καλλυντικών επιλεκτικής διανομής στην Ελλάδα λειτουργεί με συμφωνίες-συμπράξεις, ώστε να διατηρούνται αναλλοίωτα τα μερίδια αγοράς και τα περιθώρια κέρδους, υπό τον έλεγχο του «ομίλου εταιριών» HONDOS CENTER, ο οποίος προκειμένου να προλάβει την εξαγγελθείσα επέκταση του δικτύου λιανικής της NOTOS COM σε πόλεις (π.χ. σε Καλαμάτα και Λάρισα), όπου αυτός έχει αποκλειστική παρουσία, υποκινεί τις υπόλοιπες εταιρίες διανομής σε κοινό επιχειρηματικό πόλεμο εναντίον της NOTOS COM.

- Η χορήγηση δωροεπιταγών για αγορές που πραγματοποιήθηκαν την περίοδο 17.1.2006-22.4.2006 (με δυνατότητα εξαργύρωσης από 2.5.2006 έως 31.5.2006) αφορούσαν στο σύνολο των ειδών που πωλούνταν από τα πολυκαταστήματά της, δεν ήταν δυνατόν να εξαργυρωθούν κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων και αποσκοπούσαν στην επιστροφή του καταναλωτή στο πολυκατάστημα για τις επόμενες αγορές του. Επομένως, οι δωροεπιταγές αυτές δεν επηρέαζαν τις τιμές των προσφερόμενων από τα πολυκαταστήματα της NOTOS COM καλλυντικών προϊόντων κατά τις χειμερινές εκπτώσεις 2006.]

- Κύριο αίτημα της εταιρίας ESTEE LAUDER, προκειμένου αυτή να προχωρήσει στην ομαλοποίηση των μεταξύ τους σχέσεων, είναι η αξίωση για ανάκληση της καταγγελίας της NOTOS COM προς την Επιτροπή Ανταγωνισμού και η παύση της διενεργούμενης από τη Γ.Δ.Α. έρευνας.

- Η συνήθης τακτική υποστήριξης των εκπτώσεων είναι «η κάλυψη έως και του μισού του κόστους που υφίσταται ο λιανοπωλητής, προκειμένου αυτός να δύναται να πωλήσει στη συνέχεια στους καταναλωτές το προϊόν σε μειωμένη τιμή από αυτή που το πωλούσε πριν την έκπτωση. Η κάλυψη επιτυγχάνεται είτε με προσφορά αυξημένης έκπτωσης επί τιμολογίου για αγορές του λιανοπωλητή σε συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, είτε με έκδοση πιστωτικού σημειώματος μετά το πέρας των εκπτώσεων. Αυτονόητα, η ενημέρωση για το ύψος της υποστήριξης γίνεται πριν από κάθε εκπτωτική περίοδο, προκειμένου ο λιανοπωλητής να δύναται να προσδιορίσει την τιμή στην οποία θα μπορεί να προσφέρει το κάθε προϊόν στους καταναλωτές». Συμπληρώνει δε ότι μπορεί να λάβουν χώρα διαπραγματεύσεις «εκ των υστέρων … για ειδικές περιπτώσεις, όταν π.χ. οι αγορές του λιανοπωλητή είναι μικρότερες από τις πωλήσεις του κατά την εκπτωτική περίοδο».

- Σε εφαρμογή της προπεριγραφόμενης πρακτικής, κατά τη θερινή περίοδο εκπτώσεων 2006, ως χονδρέμπορος-διανομέας ενημέρωσε εγκαίρως (από 11.7.2006) τους πελάτες της - λιανεμπόρους ότι μπορούν να προμηθευτούν όλα τα προϊόντα διανομής της με αυξημένη έκπτωση 10%, ώστε να είναι σε θέση να διαθέσουν τα προϊόντα αυτά στον καταναλωτή με συνολική έκπτωση 30%, όπως σκόπευε να πράξει και η ίδια. Οι υπόλοιπες εταιρίες διανομής δεν υποστήριξαν αντιστοίχως τις εκπτώσεις στα πολυκαταστήματα της NOTOS COM, γι’ αυτό και στην αρχή της εκπτωτικής περιόδου η NOTOS COM προσέφερε από τα πολυκαταστήματά της έκπτωση 30% στα προϊόντα διανομής της και 15% στα προϊόντα διανομής των άλλων επιχειρήσεων. Όμως, σε λίγες ημέρες, όπως αναφέρει, αναγκάστηκε να αυξήσει την έκπτωση στα προϊόντα διανομής των άλλων επιχειρήσεων προκειμένου να μην απωλέσει μερίδιο στην αγορά λιανικής και να καταδείξει ότι η μη υποστήριξη των εκπτώσεων από τις άλλες εταιρίες και η ανάκληση των αισθητικών δεν είχε αιτία ή αφορμή τη διαφορά στην παρεχόμενη στα προϊόντα τους έκπτωση σε σχέση με τα δικά της προϊόντα. Πάντως, διευκρινίζεται ότι ο «όμιλος» HONDOS, ενώ δήλωσε με την από 14.7.2006 εξώδικη επιστολή του ότι θα πραγματοποιούσε αυξημένες εκπτώσεις στα προϊόντα διανομής της NOTOS COM από τα καταστήματά του, παρείχε τελικώς συνολική έκπτωση 15%, ενώ στα προϊόντα διανομής άλλων εταιριών παρείχε έκπτωση της τάξης του 30%. Αντιθέτως, τα καταστήματα BEAUTY SHOP, SEPHORA και GALLERIE DE BEAUTE παρείχαν στα προϊόντα όλων των εταιριών διανομής (και στα προϊόντα της NOTOS COM) ίση έκπτωση (περίπου 30%).

- Αναφορικά με τα προϊόντα Chanel, τα οποία διανέμει η NOTOS COM ισχυρίζεται ότι δεν πωλούνταν με έκπτωση κατά τη θερινή περίοδο εκπτώσεων 2006 γιατί η ίδια η NOTOS COM είχε ενημερώσει τις εταιρίες λιανικής ότι «δεν προτίθεται να υποστηρίξει, με αυξημένη έκπτωση 10% επί του τιμολογίου, τα συγκεκριμένα προϊόντα».

- Αναφορικά με τα προϊόντα Dolce & Gabbana, η NOTOS COM ισχυρίζεται ότι επειδή ο νέος διανομέας-ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ[306] αρνήθηκε να αγοράσει τα αποθέματα τα οποία διατηρούσε η ίδια στις 30.6.2006, αυτή αναγκάστηκε να τα διαθέσει με συνολική έκπτωση 50%. Σημειώνει δε ότι αυτό το ποσοστό έκπτωσης ακολουθήθηκε από όλα σχεδόν τα καταστήματα λιανικής[307].

[305] Με αριθμ. πρωτ. 5268/21.8.2006 (σε απάντηση του 4819/31.7.2006 σχετικού ερωτηματολογίου της ΓΔΑ).

[306] Με απόφαση της PROCTER & GAMBLE, όπως σημειώνει η NOTOS COM, δεν διανέμει τα προϊόντα της εν λόγω εταιρίας, τα οποία διανέμονται από την ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ από την 1.7.2006.

[307] Κατά την NOTOS COM αυτό σημαίνει ότι η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ υποστήριξε την έκπτωση αυτή στην τιμή προμήθειας.

- Όσον αφορά στον καθορισμό του ποσοστού εκπτώσεων γενικότερα, οι εταιρίες διανομής είναι ενήμερες για το μέγιστο ύψος των εκπτώσεων στα προϊόντα τους, εφόσον, πέραν αυτού, ο λιανοπωλητής θα πουλά κάτω του κόστους. Ωστόσο, οι εταιρίες διανομής δεν έχουν δυνατότητα παρέμβασης στη διαμόρφωση του τελικού ύψους των εκπτώσεων, «αλλά μπορούν, παρέχοντας μεγαλύτερη κάλυψη, να επιτρέψουν στο λιανοπωλητή να προσφέρει, εάν το επιθυμεί, ακόμη μεγαλύτερη έκπτωση στον καταναλωτή». Η NOTOS COM εντάσσει την αντίδραση των λοιπών εταιριών διανομής στην παροχή αυξημένης έκπτωσης κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006, στη δυνατότητα που αυτές οι εταιρίες έχουν για «μη σύννομη παρέμβαση και άσκηση πιέσεων … προκειμένου το κατάστημα λιανικής να «συμμορφωθεί» με το ύψος της έκπτωσης» που αυτές επιθυμούν.

Η.1.2.2. Η θέση της L'OREAL

182) Η L'OREAL, απαντώντας με επιστολή της[308] σε σχετικά ερωτήματα της υπηρεσίας, αναφορικά με την υποστήριξη ή μη των εκπτώσεων στα υπό εξέταση καλλυντικά προς τα καταστήματα λιανικής κατά τη χειμερινή περίοδο αυτών του έτους 2006, δήλωσε, μεταξύ άλλων, ότι:

- Η εταιρία υποστηρίζει εν γένει τις πωλήσεις των προϊόντων της στα καταστήματα λιανικής κατά τις εκπτωτικές περιόδους και το ίδιο έπραξε και «…κατά τη χειμερινή περίοδο των εκπτώσεων του 2006 όπου υποστηρίξαμε, συμμετέχοντας, μερικώς και ποσοστιαίως, τις διενεργούμενες εκπτώσεις των πελατών μας. Υποστηρίξαμε όλα τα καταστήματα λιανικής, εφόσον πραγματοποιούσαν τουλάχιστον το 3% περίπου του τζίρου μας και η συμμετοχή μας ήταν ανάλογη με το μέγεθος και το τζίρο του κάθε πελάτη.».

- Ειδικά δε για την εφαρμογή της προαναφερθείσας υποστήριξης στα καταστήματα της NOTOS COM, η εταιρία δήλωσε τα εξής: «Η αλυσίδα καταστημάτων NOTOS GALLERIES (που ανήκει στην εταιρία NOTOS COM Α.Ε.) παρουσιάζει χαρακτηριστικά που προσδιορίζουν μια επιχείρηση με δυναμισμό, με καλούς ρυθμούς ανάπτυξης και ικανοποιητική κεφαλαιουχική βάση…είναι προφανές ότι η εταιρεία μας στρατηγικά και ήθελε και θέλει τη συνεργασία με τα καταστήματα NOTOS GALLERIES και, βέβαια, ανάλογα με την κλίμακά της θα την υποστηρίζαμε στη χειμερινή περίοδο εκπτώσεων 2006». Συνεχίζει δε, αναφέροντας ότι το πρόβλημα στη συνεργασία τους ξεκινά από τη διττή ιδιότητα της NOTOS, δηλαδή αποκλειστικός διανομέας πολλών επώνυμων καλλυντικών και, ταυτόχρονα, λιανοπωλητής[309]. Αφετηρία της μεταξύ τους διένεξης ήταν η προσφορά υψηλότερης έκπτωσης (60%) και καλύτερης διαφημιστικής υποστήριξης και προβολής των προϊόντων που διανέμει η NOTOS COM από τα καταστήματα NOTOS GALLERIES κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006. Θεωρεί ότι η συμπεριφορά αυτή προκάλεσε ζημιά στην πώληση των προϊόντων της που θα μπορούσε να επιφέρει ακόμη και καταγγελία των μεταξύ τους συμβάσεων.

- Περαιτέρω, η εταιρία δηλώνει ότι καθ’ όλη την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006 έως και την αποστολή της εν λόγω επιστολής (Αύγουστος 2006) υποστήριξε με δύο αισθητικούς συμβούλους[310] το κεντρικό κατάστημα των NOTOS GALLERIES που πραγματοποιεί περίπου «το 60% του συνόλου του τζίρου των NOTOS GALLERIES, […], ως στοιχειώδη μηχανισμό υποστήριξης των προϊόντων μας». Εξηγεί δε ότι την πρώτη μέρα των εκπτώσεων (δηλαδή 23.1.2006) και αφού διαπίστωσε τη διακριτική μεταχείριση σε βάρος των προϊόντων της από την NOTOS COM ανακάλεσε τις πέντε από τις εφτά αισθητικούς που διέθετε στα NOTOS GALLERIES, τις οποίες μετακίνησε «σε άλλα καταστήματα με μεγαλύτερη κίνηση, δεδομένου ότι προβλέψαμε ότι ο μεγάλος αριθμός των καταναλωτριών θα κατευθυνόταν προς τις μάρκες με έκπτωση 60% [ενν. της NOTOS]».

183) Επί των εν λόγω θεμάτων ρωτήθηκε σχετικά και η L’Oréal International[311], […]:

- […][312].
- […].
- […].
- […].
- […][313].
- […].

Η.1.2.3. Η θέση της ESTEE LAUDER

184) Ο […] - Πρόεδρος της ESTEE LAUDER, απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο, κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας[314] δήλωσε τα εξής:

- Η ESTEE LAUDER δεν υποστηρίζει τις εκπτώσεις των προϊόντων επιλεκτικής διανομής στα καταστήματα λιανικής κατά την περίοδο των εκπτώσεων, καθώς και δεν συμμετέχει στη διαμόρφωση της τιμολογιακής πολιτικής των καταστημάτων. Σημειώνεται ωστόσο ότι η GALERIE DE BEAUTE επιβεβαιώνει ακριβώς το αντίθετο (βλ. κατωτέρω, ενότητα Η.1.2.6).

- Τα καταστήματα NOTOS GALLERIES ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ αποφάσισαν να χορηγήσουν έκπτωση 50% το μήνα Φεβρουάριο του 2003 σε όλα τα προϊόντα «εκτός από τα δικά μας (ESTEE LAUDER)». Η πρακτική αυτή επαναλήφθηκε το Φεβρουάριο 2006 και κατά τον κ. […] αποτελεί «διαφορετική μεταχείριση». Για το λόγο αυτό σημειώνει «αποσύραμε τις κοπέλες μας [αισθητικές συμβούλους]» από τα καταστήματα αυτά. Η ESTEE LAUDER συνεχίζει να προμηθεύει τη NOTOS COM με εμπορεύματα και της πρότεινε «να τα βρούμε αλλά αρνήθηκαν». Σημειώνει

[308] Υπ’ αριθμ. 4892/3.8.2006 απαντητική επιστολή της L’OREAL.

[309] Αναφέρει συγκεκριμένα ότι η NOTOS COM «[…]δεν έχει καταφέρει να επιτύχει την αναγκαία ισορροπία στη συμπεριφορά της, λαμβάνοντας υπόψη το γεγονός ότι (παραδόξως) είναι ταυτόχρονα και χονδρέμπορος και λιανέμπορος (NOTOS GALLERIES) μαρκών επιλεκτικής διανομής, με αποτέλεσμα πολλές ενέργειές της να λειτουργούν σε βάρος των συμβατικών δεσμεύσεων που έχει και της αναμενόμενης συμπεριφοράς που θα έπρεπε να έχει σαν επιλεκτικός διανομέας μαρκών».

[310] Η NOTOS ισχυρίζεται ότι η L’ OREAL υποχρεώθηκε να διατηρήσει τις δύο αισθητικούς συμβούλους εφόσον αυτές περιλαμβάνονταν στα μισθολόγια της NOTOS COM (βλ. το από 14.7.2003 υπόμνημα της NOTOS COM, σελ.9).

[311] Βλ. υπ’ αριθμ. Ε77/3.4.2009 επιστολή της.

[312] Όπως επισήμανε η L’Oréal στην επιστολή που απέστειλε στην ΕΑ στις 2.8.2006, […].

[313] Κατά τη L’Oréal International […].

[314] Σχετική εντολή ελέγχου με α.π. 3943/4.7.2006.

δε ότι τα καταστήματα NOTOS «έχουν τη δυνατότητα στα δικά τους προϊόντα να κάνουν μεγαλύτερη έκπτωση από ότι [σε] άλλα προϊόντα επειδή είναι και διανομείς και λιανική (διπλή ιδιότητα)».

- Οι αισθητικοί σύμβουλοι τοποθετούνται στα καταστήματα για να υποστηρίξουν τις πωλήσεις, ενώ «[ό]ταν δεν υπάρχει λόγος παρουσίας τους αποσύρονται». Αναφέρει δε ότι είχαν αποσύρει αισθητικούς συμβούλους από καταστήματα της NOTOS COM και το Φεβρουάριο 2003, καθώς και ότι «[έ]χουμε αποσύρει επανειλημμένως και από άλλα καταστήματα και θα συνεχίσουμε να το κάνουμε αναλόγως των συνθηκών». Σημειώνει περαιτέρω ότι και άλλες εταιρίες έχουν προβεί σε παρόμοιες ενέργειες, χωρίς όμως να αναφέρει κάτι συγκεκριμένο.

- Οι αισθητικοί σύμβουλοι της ESTEE LAUDER αποσύρθηκαν από τα καταστήματα NOTOS COM στις 23.1.2006, ενώ «Η καμπάνια NOTOS ξεκίνησε 21-22 Ιανουαρίου για 60% έκπτωση». Η ESTEE LAUDER δεν επανατοποθέτησε αισθητικούς της συμβούλους στα καταστήματα NOTOS COM μέχρι την 5.7.2006 (ημερομηνία συμπλήρωσης του εν λόγω ερωτηματολογίου) διότι «Ήταν πράξη εμπορική της NOTOS COM [ενν. την καμπάνια NOTOS] που είχε συνέπειες. Ζητήσαμε από τη NOTOS να τα βρούμε. Η παροχή αισθητικών συμβούλων δεν είναι υποχρέωσή μας. Ζητήσαμε να αποζημιωθούμε από τη NOTOS και να διασφαλισθούμε. Προσφερθήκαμε να εκπαιδεύσουμε δικές τους κοπέλες. Συναντηθήκαμε στο HILTON αλλά δεν καταλήξαμε πουθενά»[315].

- Αναφορικά με τη συνεργασία της ESTEE LAUDER με τα καταστήματα NOTOS COM, αναφέρει ότι είχαν «…και άλλα προβλήματα όπως θέσεων». Επίσης, ανέφερε ότι η συμφωνία με τα καταστήματα NOTOS COM είναι προφορική, καθώς και ότι η γενικότερη πολιτική της εταιρίας προς το λιανικό εμπόριο είναι να προσφέρει εκπτώσεις της τάξης του 13% επί της τιμής τιμοκαταλόγου, 2% για καλή πληρωμή (εντός 60 ημερών) και 4% για υλοποίηση στόχου καταβαλλόμενη ανά εξάμηνο.

- Τέλος, ο ερωτώμενος δηλώνει ότι μειώθηκαν οι πωλήσεις της εταιρίας προς την NOTOS COM και ότι τα πιθανά αίτια είναι ότι «Ο NOTOS προωθεί τα δικά του προϊόντα. Δεν ενδιαφέρεται για ομαλοποίηση των σχέσεων. Εμείς θέλουμε συνεργασία. Οι παραγγελίες εκτελούνται. Δίνουμε δείγματα και δώρα. Θέλουμε να στείλουμε αισθητικούς συμβούλους όταν συμφωνήσουμε».

185) Στην από 16.11.2007 ανωμοτί κατάθεσή του[316] ο […] ως νόμιμος εκπρόσωπος της ESTEE LAUDER δήλωσε, μεταξύ άλλων, τα εξής:

- Απαντώντας σε ερώτημα για τη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων στην ESTEE LAUDER, όπως σχετικά αιτήματα είχαν βρεθεί στον έλεγχο της υπηρεσίας στα γραφεία της εν λόγω εταιρίας[317], ο ερωτώμενος δήλωσε ότι αυτά αφορούν αιτήματα της εν λόγω εταιρίας «τα οποία δεν έχουν ικανοποιηθεί ποτέ σε διάστημα πολλών ετών».

- Σχετικά με την απόσυρση των αισθητικών συμβούλων των εταιριών του ερωτώμενου από τα καταστήματα της NOTOS COM το 2003 και το 2006, δήλωσε ότι στις περιπτώσεις που η εταιρία θεωρεί ότι δεν θα υπάρχουν υψηλές πωλήσεις αποσύρει τους αισθητικούς της συμβούλους, λαμβάνοντας υπόψη και άλλους παράγοντες[318]. Έτσι, «Στο πλαίσιο αυτό οι αισθητικοί σύμβουλοι και στις δύο ανωτέρω περιπτώσεις αποσύρθηκαν λόγω της μη εύλογης διαφοράς μεταξύ των εκπτώσεων που χορηγούνται στα δικά μας προϊόντα και στα ανταγωνιστικά προϊόντα. Π.χ. δε θα αποσυρθούν αν η έκπτωση για τα ανταγωνιστικά προϊόντα είναι 25% και για τα δικά μας 15%. Εύλογη θα θεωρούσα μια διαφορά ποσοστού περίπου 10%.»

- Απαντώντας σε σχετική διευκρινιστική ερώτηση της υπηρεσίας επί της από 5.7.2006 δήλωσης[319] του ιδίου για απόσυρση αισθητικών συμβούλων και από άλλα καταστήματα λιανικής πλην της NOTOS COM[320], ο ερωτώμενος δήλωσε ότι αυτό έλαβε χώρα στα «καταστήματα BEAUTY SHOP την τρέχουσα εβδομάδα [της 16ης Νοεμβρίου 2007] λόγω της αλλαγής της εκπτωτικής του πολιτικής: αρχικά χορηγούσαν έκπτωση 15% στα δικά μας προϊόντα και 25% σε ανταγωνιστικά προϊόντα. Στη συνέχεια χορηγούσαν μηδενική έκπτωση στα δικά μας προϊόντα και έκπτωση 25% σε ανταγωνιστικά προϊόντα. Από τα καταστήματα Αλεξόπουλος αποσύραμε αισθητικούς συμβούλους πριν από δέκα μέρες περίπου διότι δεν κατέβαλε τα οφειλόμενα σε εμάς ποσά». Σημειώνεται ότι σχετικά με το ζήτημα αυτό, προσκομίστηκε πίνακας με την επωνυμία καταστημάτων, τα ονόματα των αισθητικών συμβούλων και τη χρονική περίοδο απόσυρσης αυτών. Ειδικότερα, παρουσιάζονται αποσύρσεις αισθητικών μία το 2000, μία το 2002, τρεις το 2003, δύο το 2004, μία το 2005, δύο το 2006 και δεκατρείς το 2007, από διάφορα καταστήματα λιανικής[321].

[315] Αναφέρει, επίσης, ότι η ESTEE LAUDER έστειλε «φιλική εξώδικο» στη NOTOS COM για να συναντηθούν αλλά η συνάντηση δεν έγινε. (Βλ. και την από 14.03.06 Εξώδικη Ανταπάντηση και Πρόσκληση της ESTEE LAUDER προς τη NOTOS COM στην οποία η πρώτη κάλεσε σε συνάντηση τους εκπροσώπους της δεύτερης για την 3.4.2006 και τελικά δεν πραγματοποιήθηκε ποτέ).

[316] Προσήλθε, κατόπιν προφορικής προσκλήσεως στην έδρα της Επιτροπής Ανταγωνισμού για να παρασχεθούν διευκρινήσεις σε απαντήσεις που είχε δώσει επί του σχετικού ερωτηματολογίου της Γ.Δ.Α. κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 επιτόπιου ελέγχου στην εταιρία ESTEE LAUDER.

[317] Το ερώτημα της υπηρεσίας αναφέρεται, συγκεκριμένα, σε κατάσταση με ανάλυση των εκπτώσεων για τα σήματα της ESTEE LAUDER την περίοδο 23/1-4/2/2006 και αίτημα κάλυψης ποσοστού των εκπτώσεων αυτών μέσω πιστωτικών σημειωμάτων.

[318] Όπως «η θέση του λιανικού σημείου πώλησης, η περίοδος, η φερεγγυότητα του λιανικού σημείου, η θέση στην οποία τοποθετούνται τα προϊόντα μας στο κάθε σημείο λιανικής κλπ.»

[319] Στο πλαίσιο σχετικού ερωτηματολογίου κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 ελέγχου στην ESTEE LAUDER.

[320] Στην εβδομαδιαία αναφορά της 11 - 16/4/2004 του επιθεωρητή […] της ESTEE LAUDER αναγράφεται μεταξύ άλλων « ΚΑΤΑΣΤΗΜΑ 4 ΒΑΡΝ. [ΒΑΡΝΑΚΙΩΤΗΣ – κατάστημα καλλυντικών στην Πάτρα] CARREFOUR Η απουσία της αισθητικού μας από το κατάστημα είχε σαν αποτέλεσμα να δημιουργηθεί θέμα που δεν υπάρχει κάποιος έτσι ώστε να προωθήσει τα προϊόντα μας και τα παράπονα από την υπεύθυνη του καταστήματος ήταν πολύ έντονα». (βλ. σχετ. 3 των ληφθέντων εγγράφων από το γραφείο της […] – Εμπ. Δ/ντριας της εταιρίας στον από 5.7.2006 επιτόπιο έλεγχο).

[321] Βλ. συν. στην υπ’ αριθμ. 7387/19.12.2007 επιστολή σε συνέχεια της 16.11.2007 ανωμοτί κατάθεσης του […]. Ενδεικτικά για τις αποσύρσεις αισθητικών (σε διάφορα έτη): ΧΟΝΤΟΣ ΟΜΗΡΟΥ – ΚΟΜΟΤΗΝΗΣ – ΠΥΡΓΟΥ, ΑΛΕΞΟΠΟΥΛΟΣ, BEAUTY SHOP (3 καταστήματα), ΛΕΚΑΚΗΣ ΑΧΑΡΝΩΝ, Γ. ΜΠΕΖΑΣ κ.α.

- Σχετικά με τη συνεργασία με τη NOTOS COM δήλωσε ότι η διαμάχη αφορούσε μόνο στις αισθητικούς συμβούλους και όχι στους εμπορικούς όρους, η κατάσταση ομαλοποιήθηκε τον Οκτώβριο του 2006, με τους ίδιους όρους συνεργασίας, όταν έλαβαν τις διαβεβαιώσεις ότι «πολιτικές και γεγονότα, όπως αυτά που συνέβησαν τον Ιανουάριο του 2006, δεν θα επαναληφθούν.»

- Σχετικά με το (τυχόν) όριο στην ελευθερία του λιανοπωλητή να καθορίζει το ποσοστό έκπτωσης και τον έλεγχο υπέρβασης αυτού από τις ελεγχόμενες εταιρίες του, δήλωσε ότι «Δεν υπάρχει κανένα όριο. Μπορεί να κάνει έκπτωση και 100% αν θέλει. Η εταιρεία μας δεν κάνει κανένα έλεγχο για τα ποσοστά εκπτώσεων που χορηγούνται. Πληροφόρηση έρχεται στην εταιρεία μέσω των αισθητικών συμβούλων, που έχουμε στα καταστήματα λιανικής».

- Σημειώνεται, επίσης, ότι στην από 19.12.2007 επιστολή της ESTEE LAUDER προς την ΕΑ[322], η εν λόγω εταιρία αναφέρει μεταξύ άλλων ότι οι διαπραγματεύσεις με την NOTOS COM είχαν ως σκοπό «…την επιστροφή στο προηγούμενο καθεστώς εμπορικής πολιτικής, όπως αυτό ίσχυε προ του Φεβρουαρίου του 2006 και το ξεπέρασμα της έντασης. Δεν διατυπώθηκαν συγκεκριμένες προτάσεις ούτε αναλήφθηκαν δεσμεύσεις. Με το πέρασμα του χρόνου, η κατάσταση ομαλοποιήθηκε».

Η.1.2.4. Η θέση της ΣΑΡΑΝΤΗΣ

186) Αναφορικά με το δικαίωμα του λιανοπωλητή να ορίζει ελεύθερα τις τιμές λιανικής, […] Διευθυντής Κλάδου Επιλεκτικής Διανομής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, κατά τη διάρκεια του από 24.1.2008 ελέγχου στα γραφεία της ΣΑΡΑΝΤΗΣ[323], δήλωσε: «Ούτως ή άλλως λόγω του κόστους αγοράς οι λιανοπωλητές δεν μπορούν να κάνουν εκπτώσεις πέραν του 20 με 30%. Βεβαίως και η επίπτωση των μεγάλων εκπτώσεων στη φήμη των προϊόντων μας, μας απασχολεί, αλλά ουδέποτε δεν μπήκαμε σε τέτοιου είδους συζητήσεις με τους λιανοπωλητές. “Κάθετο όριο τιμών” στις σχέσεις εισαγωγέα- λιανοπωλητή δεν υπάρχει. Αν μπαίνει κάποιο όριο στις τιμές αυτό είναι “οριζόντιο” και προκύπτει από τη παρατήρηση από εμάς της αγοράς και την παρακολούθηση των τιμών των ανταγωνιστών μας. Θεωρούμε ότι η χορήγηση μεγαλύτερης έκπτωσης σε κάποια προϊόντα καθοδηγεί /κατευθύνει τον καταναλωτή στην αγορά των συγκεκριμένων προϊόντων. Αυτό συνιστά διακριτική μεταχείριση, έστω και αν σε ένα βαθμό ο χαρακτηρισμός της πρακτικής αυτής (της μη χορήγησης ενιαίου ποσοστού εκπτώσεων) ως διακριτικής μεταχείρισης έρχεται σε αντίθεση με το λεγόμενο ότι ο λιανοπωλητής είναι ελεύθερος να καθορίζει τις τιμές.»

187) Επιπλέον, στο ίδιο ερωτηματολόγιο ο […], απαντώντας σε σχετικό ερώτημα για την πρακτική της χορήγησης έκπτωσης 30% επί της αρχικής λιανικής τιμής των εν λόγω καλλυντικών από όλα τα καταστήματα λιανικής, δήλωσε ότι αυτή ξεκίνησε πριν από 15 περίπου χρόνια «όταν απαγορεύτηκε η αύξηση των τιμών από το Υπουργείο Εμπορίου για λόγους ελέγχου του πληθωρισμού»[324].

188) Περαιτέρω, ο […] δήλωσε τα κάτωθι:

- «Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ γενικά δεν υποστηρίζει τις εκπτώσεις, ούτε γνωρίζει πριν την περίοδο των εκπτώσεων τι εκπτώσεις (τι ποσοστά) θα δοθούν από τους λιανοπωλητές. Εξάλλου, λόγω όγκου δεν μπορεί η εταιρία να παρακολουθεί ή να επηρεάζει τις τυχόν ληφθείσες από τους λιανέμπορους αποφάσεις».

- Αναφορικά με τους λόγους απόσυρσης των αισθητικών συμβούλων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ από τα καταστήματα NOTOS COM το 2006, δήλωσε ότι «Από τα 3 μαγαζιά του NOTOS, στα οποία είχαμε αισθητικούς συμβούλους, αποσύραμε μόνο τις αισθητικούς συμβούλους (δύο στον αριθμό) στα καταστήματα Αθηνών και Θεσσαλονίκης. Προβήκαμε στην απόσυρσή τους λόγω της μείωσης των ραφιών που μας έδιναν τα NOTOS GALLERIES.» Σημειώνει δε ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ έχει αποσύρει επανειλημμένως στο παρελθόν αισθητικούς συμβούλους και από άλλα καταστήματα λιανικής πέραν των NOTOS Galleries, «κυρίως για λόγους χώρου…(αν αυξηθεί ο χώρος βάζουμε αισθητικό σύμβουλο, αν μειωθεί ο χώρος την αφαιρούμε. Η πρακτική της αγοράς συνδέει το χώρο με τις πωλήσεις, άρα και με την παρουσία αισθητικού συμβούλου. Το κόστος των αισθητικών συμβούλων μπορεί να φτάσει και το 27-28% των καθαρών πωλήσεων.».

Η.1.2.5. Η θέση της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ

189) Με την υπ’ αριθμ. 4805/28.7.2006 επιστολή της η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, απαντώντας σε σχετικά ερωτήματα της ΓΔΑ, ανέφερε αρχικά ότι η υποστήριξη που παρείχε στις χειμερινές εκπτώσεις 2006 των καταστημάτων λιανικής αφορούσε στην εξασφάλιση επάρκειας εμπορεύματος και στις παροχές με τους συνήθεις εμπορικούς όρους (εκπτώσεις επί τιμολογίου και year-end bonus) σε όλους τους πελάτες, στην παροχή αισθητικών συμβούλων «όπου και όταν αυτό κρίνεται εμπορικά σκόπιμο» και στην κάλυψη μέρους της απώλειας της κερδοφορίας των καταστημάτων λιανικής (ήτοι συμμετοχή- μερική χρηματοδότηση της έκπτωσης κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων), η οποία δεν παρείχετο όλους τους πελάτες(η εταιρία αναφέρει ότι δεν κατέληξε σε συμφωνία με τα καταστήματα NOTOS GALLERIES ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΠΑΤΙΣΤΑΣ.

190) Αναφορικά με την απόσυρση των αισθητικών της συμβούλων από τα καταστήματα της καταγγέλλουσας, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ανέφερε, μεταξύ άλλων, ότι:

- Παρότι δεν είχε αρχικά πρόθεση να μην υποστηρίξει με τη συνήθη ομάδα αισθητικών τα καταστήματα της NOTOS COM, η επιπλέον έκπτωση που χορήγησε η NOTOS COM στα καλλυντικά διανομής της εξελήφθη ως «αθέμιτη και άνιση μεταχείριση» των προϊόντων της από την εν λόγω εταιρία.[325] Περαιτέρω, ισχυρίζεται ότι οι αισθητικοί σύμβουλοι επανήλθαν όταν σταμάτησε η

[322] Υπ’ αριθμ. 7387/19.12.2007 επιστολή. Αναφέρει δε και τις ημερομηνίες συναντήσεών τους για το εν λόγω θέμα.

[323] Σχετική εντολή ελέγχου με α.π. 382/23.1.2008.

[324] Ανέφερε, επιπλέον, ότι πολλές εταιρίες στο χώρο των κομμωτηρίων, όπου δραστηριοποιούνταν τότε, αύξησαν πάρα πολύ τις χονδρικές τους τιμές και χορηγούσαν ταυτόχρονα διάφορα ποσοστά έκπτωσης ώστε να αυξομειώνουν ουσιαστικά τις τιμές τους χωρίς να παραβιάζουν την νομοθεσία, για να επανέλθουν στις προϊσχύουσες.

[325] Συγκεκριμένα αναγράφει ότι «ως εταιρία, για λόγους αρχής, αλλά και εμπορικής στρατηγικής, δεν προτιθέμεθα να συμμετάσχουμε σε ένα περιβάλλον αγοράς με έντονα διαφοροποιημένους όρους ανταγωνισμού που επηρεάζουν με τρόπο αθέμιτο τα μερίδια αγοράς, λάβαμε την απόφαση να μην υποστηρίξουμε από τη στιγμή εκείνη (ήτοι Δευτέρα 23 Ιανουαρίου) και για όσο διάστημα θα εδιατηρείτο η ως άνω περιγραφείσα κατάσταση με αισθητικούς συμβούλους, τα καταστήματα της NOTOS)».

άνιση διακριτική μεταχείριση σε βάρος των προϊόντων της, για να τους αποσύρει εκ νέου όταν η NOTOS COM προχώρησε σε αποστολή εξωδίκων και εωσότου να διευθετηθούν οι μεταξύ τους διαφορές.

- Κατά το παρελθόν (κατά την περίοδο 2003-2004), είχε αποσύρει αισθητικούς συμβούλους από καταστήματα λιανικής πώλησης καλλυντικών (αναφέρει ως παράδειγμα καταστήματα της αλυσίδας Hondos Center), εξαιτίας διαφωνιών σχετικών με την προβολή των προϊόντων της.

- Είναι ενήμερη για την παράλληλη απόσυρση αισθητικών συμβούλων και από άλλες εταιρίες διανομής από τα καταστήματα NOTOS GALLERIES, ενώ συμπληρώνει παραθέτοντας άλλα προβλήματα που κατά καιρούς έχουν εντοπιστεί στη μεταξύ τους συνεργασία[326].

- Τέλος, αναγνωρίζει ότι οι πωλήσεις των καλλυντικών της προϊόντων παρουσίασαν πτώση στα καταστήματα της NOTOS COM που μπορεί να οφείλεται εν μέρει στα μεταξύ τους προβλήματα συνεργασίας, όμως θεωρεί ότι πρώτιστα οφείλονται στην προώθηση των προϊόντων διανομής της NOTOS COM σε βάρος των υπολοίπων. Εξάλλου, όπως υποστηρίζει, παρά την προθυμία της για συνεργασία «…δεν υπήρξε ουδέποτε ανταπόκριση».[327]

191) Σχετικά με την κάλυψη της απώλειας κέρδους των λιανοπωλητών κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων, στην υπ’ αριθμ. 5506/31.8.2006 επιστολή της η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ αναφέρει, μεταξύ άλλων, ότι:

- «Η κάλυψη της απώλειας κέρδους των επιχειρήσεων λιανικής κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων είναι αποτέλεσμα διαπραγμάτευσης και συμφωνίας με τον κάθε λιανέμπορο. Για το λόγο αυτό το ποσοστό κάλυψης δεν είναι το ίδιο προς όλες τις επιχειρήσεις λιανικής». Η χωριστή διαπραγμάτευση, που βάσει των ανωτέρω οδηγεί σε διαφοροποίηση του ποσοστού κάλυψης, γίνεται πάντα πριν την έναρξη των εκπτώσεων, το δε αποτέλεσμά της δεν διατυπώνεται εγγράφως: «Η ημετέρα εταιρεία ανταποκρινόμενη σε σχετικό αίτημα των λιανεμπόρων διαπραγματεύεται με τους τελευταίους σχετικά με το ποσοστό και τον τρόπο κάλυψης, σε κάθε περίπτωση προ της έναρξης της περιόδου εκπτώσεων. Οι εν λόγω διαπραγματεύσεις είναι πάντοτε προφορικές […]». Σε σχέση δε με το ύψος των εκπτώσεων, ισχυρίζεται ότι αυτό καθορίζεται από τον λιανέμπορο.

- Κατά τις θερινές εκπτώσεις 2006 «[…] Δεν υπήρξε αίτημα σχετικά με την κάλυψη της απώλειας κέρδους εκ μέρους των καταστημάτων NOTOS GALLERIES […]» (δεν θεωρεί ως τέτοιο την από 11.7.2006 σχετική εξώδικη πρόσκληση-δήλωση που παρατέθηκε στην ενότητα Η.1.1 ανωτέρω), ενώ αντίθετα, ανταποκρίθηκε θετικά σε όλα τα καταστήματα λιανικής που έθεσαν αίτημα σχετικά με την υποστήριξη των εκπτώσεων.

Η.1.2.6. Η θέση της CHRISTIAN DIOR

192) Σε απάντηση σχετικού ερωτηματολογίου της ΓΔΑ, η CHRISTIAN DIOR δήλωσε το 2006, μεταξύ άλλων, τα κάτωθι[328]:

- Σε σχετική διευκρινιστική ερώτηση αναφορικά με τα αναγραφόμενα στην από 6.2.2006 προαναφερθείσα (στην ενότητα Η.1.1.2) εξώδικη δήλωσή της περί συνεννόησης με άλλες εταιρίες-διανομείς για τα χορηγηθέντα ποσοστά εκπτώσεων, η εταιρία δήλωσε ότι «θα θέλαμε να ζητήσουμε συγγνώμη για οποιαδήποτε τυχόν παρανόηση που προκλήθηκε λόγω της από 6/02/06 εξώδικης απάντησης, δήλωσης και διαμαρτυρίας μας και θα θέλαμε να δηλώσουμε κατηγορηματικά ότι, σε καμία περίπτωση, δεν υπάρχει οποιαδήποτε συμφωνία ή επικοινωνία με άλλες εταιρίες /διανομείς σε σχέση με τα ποσοστά εκπτώσεων κατά τις εκπτωτικές περιόδους ή οποιαδήποτε άλλη συμφωνία αναφορικά με οποιοδήποτε θέμα. Η συνήθης πρακτική που ισχύει μέχρι σήμερα στην Ελληνική αγορά των καλλυντικών μας οδήγησε να αναμένουμε μια έκπτωση της τάξεως του -50%. Ως εκ τούτου, θα θέλαμε να διευκρινίσουμε ότι οποιαδήποτε αναφορά περιέχεται στην από 6/02/06 προαναφερθείσα εξώδικη απάντηση/ δήλωση της εταιρείας μας σε άλλες εταιρίες είχε ως σκοπό την αναφορά στις συνθήκες που επικρατούν στην εν λόγω αγορά, ενώ θα θέλαμε να επαναλάβουμε ότι δεν υπάρχει καμίας μορφής συνεννόηση μεταξύ των εταιρειών.»

- Όσον αφορά την υποστήριξη των εκπτώσεων των υπό εξέταση καλλυντικών προϊόντων στα καταστήματα λιανικής κατά τις χειμερινές εκπτώσεις του 2006, δήλωσε ότι δεν παρέχει υποστήριξη στις εκπτώσεις και, «συνεπώς, δεν παρείχαμε οποιαδήποτε υποστήριξη σε οποιοδήποτε κατάστημα λιανικής». Περαιτέρω, διευκρίνισε ότι υποστηρίζει τα καταστήματα λιανικής πώλησης του δικτύου της με διάφορους τρόπους, όπως προσφορά μεγάλης γκάμας προϊόντων, μεγάλες διαφημιστικές εκστρατείες στα ΜΜΕ, παροχή εκπαίδευσης για τις σειρές των προϊόντων κ.α., ενώ ως καθαρά οικονομική παροχή, συμφωνεί με τα καταστήματα λιανικής στην αρχή κάθε έτους, για την παροχή εκπτώσεων στο τέλος του έτους και την οργάνωση διαφημιστικών εκστρατειών και πρόσθετων προωθητικών ενεργειών[329]. Ενδεικτικά, αναφέρει ότι δεν έχει προβεί σε πρόσθετες ενέργειες προώθησης των προϊόντων της στο πολυκατάστημα ATTICA, στην αλυσίδα GALERIE DE BEAUTE, στα καταστήματα ΠΑΤΙΣΤΑΣ, στην Roberto Dimaldi, στην ΦΩΚΑΣ, ενώ ειδικά για τα καταστήματα NOTOS GALLERIES αναφέρει ότι, παρά τις επανειλημμένες προτάσεις της για συγκεκριμένες προωθητικές ενέργειες, η καταγγέλλουσα «έχει επιδείξει έντονη αδιαφορία και είτε δεν έχει προωθήσει καθόλου είτε έχει προβεί σε ιδιαίτερα περιορισμένη προώθηση των προϊόντων μας». Συμπληρώνει δε ότι για το έτος 2005 η NOTOS COM μείωσε «μονομερώς» τις προωθητικές ενέργειες της CHRISTIAN DIOR από εννέα (9) σε πέντε (5), ενώ δεν απάντησε σε σχετική πρότασή της για το 2006. Τέλος, ειδικά για την NOTOS COM αναφέρει ότι δεν παρείχε καμία πρόσθετη υποστήριξη στα καταστήματά

[326] Αναφέρει αναλυτικά διάφορα θέματα θέσης και προβολής των προϊόντων, οικονομικά και άλλα.

[327] Προσκόμισε σχετική αλληλογραφία με την NOTOS (από την 21.6.2005) για τα επιθυμητά ποσοστά εκπτώσεων για τα προϊόντα της, προς επίρρωση της μη συνεργασίας τους. (Σχετικό 3 της 4805/28.7.2006 επιστολής)

[328] Υπ’ αριθμ. 4997/4.8.2006 απαντητική επιστολή της CHRISTIAN DIOR.

[329] Επίσης, συμφωνίες και για την καλύτερη τοποθέτηση των προϊόντων της εντός των καταστημάτων. «Οι ειδικές αυτές συμφωνίες βασίζονται σε συγκεκριμένο χρονοδιάγραμμα, που περιλαμβάνει τις σημαντικές εκδηλώσεις του επόμενου έτους: λανσάρισμα νέων προϊόντων, Γιορτή της Μητέρας, Πάσχα, Χριστούγεννα και εκπτώσεις».

της σε σχέση με την προώθηση των προϊόντων της, λόγω του γεγονότος ότι η NOTOS COM δεν προέβη σε καμία προωθητική ενέργεια για το έτος 2006[330].

- Αναφορικά με τη μη υποστήριξη των πωλήσεων των προϊόντων της από τα καταστήματα NOTOS Galleries με αισθητικούς συμβούλους, δήλωσε ότι αυτή η απόφασή της «ήρθε ως αποτέλεσμα αποκλειστικά και μόνο της αθέμιτης συμπεριφοράς της NOTOS GALLERIES [αναφέρεται στη χορήγηση μεγαλύτερης έκπτωσης, 60%, στα δικά της προϊόντα] και συνιστούσε το μοναδικό τρόπο με τον οποίο μπορούσαμε να προστατεύσουμε τα συμφέροντά μας». Ειδικότερα η CHRISTIAN DIOR αναφέρει, ότι την πρώτη ημέρα των χειμερινών εκπτώσεων 2006 (δηλαδή την 23.1.2006), παρατήρησε «μετακίνηση της πλειοψηφίας των πελατών από τα προϊόντα μας σε προϊόντα μαρκών εταιριών που διανέμει στην Ελλάδα η NOTOS COM, λόγω της ανωτέρω μεγαλύτερης έκπτωσης» και ως μόνη, διαθέσιμη, άμεση αντίδραση αποφάσισε το απόγευμα της ίδιας ημέρας να αποσύρει τις αισθητικούς συμβούλους της από τις θέσεις τους, τη στιγμή που, πλέον, η αποκλειστική απασχόληση αισθητικών συμβούλων στα συγκεκριμένα καταστήματα δεν ήταν οικονομικά συμφέρουσα[331]. Εξάλλου, όπως αναφέρει η εταιρία, ήδη από τις αρχές του 2005 η NOTOS COM είχε ουσιαστικά αρνηθεί τη συνεργασία για τη διαφήμιση και προώθηση των προϊόντων PCD[332]. Σημειώνεται, επίσης, ότι την άνοιξη 2006 η CHRISTIAN DIOR απέσυρε αισθητικούς συμβούλους από το κατάστημα Spring Time στη Θεσσαλονίκη λόγω δυσμενούς μεταχείρισης των προϊόντων της[333] και στο παρελθόν [δεν αναφέρει συγκεκριμένη ημερομηνία] από το κατάστημα Beauty Shop στην Τρίπολη, λόγω μειωμένων πωλήσεων.

- Η CHRISTIAN DIOR δεν επανατοποθέτησε αισθητικούς συμβούλους στα καταστήματα NOTOS GALLERIES έως και την 4.8.2006 (ημερομηνία αποστολής της σχετικής απάντησης στη ΓΔΑ), καθώς δεν είχε λάβει καμία επιβεβαίωση «προφορική ή γραπτή», από την NOTOS COM ότι θα έδινε την «πρέπουσα προσοχή» στα προϊόντα της και θα απείχε «από τις πρακτικές άνισης μεταχείρισης …που υιοθέτησε κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων». Αναφέρει, επίσης ότι δεν παρέχει πάντα αισθητικούς συμβούλους σε καταστήματα λιανικής και δη σε μεσαίου μεγέθους, όπως είναι και τα καταστήματα NOTOS GALLERIES, ενώ τοποθετεί αισθητικούς σε αποκλειστική βάση σε καταστήματα είτε με υψηλό όγκο πωλήσεων είτε με προοπτικές ανάπτυξης πωλήσεων ή φήμης[334]. Δήλωσε επίσης, ότι συνεργάζεται κανονικά με την NOTOS COM, εκτελώντας πλήρως τις παραγγελίες κλπ και «έχοντας συνεχή εποπτεία και διαχείριση των σημείων πώλησης των προϊόντων μας από αισθητικούς επόπτες της PCD Hellas».

- Τέλος, απαντώντας σε σχετική ερώτηση, δήλωσε ότι γνωρίζει, μέσω των διευθυντών πωλήσεών της και των αισθητικών/εποπτών της, για την απουσία αισθητικών συμβούλων άλλων εταιριών στα καταστήματα NOTOS GALLERIES.

Η.1.2.7. Οι απόψεις των SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, ROGE και GALERIE DE BEAUTE

193) Σχετικά με την τιμολογιακή και εκπτωτική πολιτική των υπό εξέταση προϊόντων από άλλα καταστήματα λιανικής, πλην της NOTOS COM, κατά την περίοδο των εκπτώσεων του 2006, εκπρόσωποι των εταιριών SEPHORA, ROGE και GALERIE DE BEAUTE δήλωσαν τα κάτωθι.

194) Η […] - Διευθύντρια Αγορών της SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ[335] δήλωσε τα εξής:

- Αναφορικά με το σύστημα τιμολόγησης των υπό εξέταση προϊόντων κατά την περίοδο των εκπτώσεων και την υποστήριξή τους από τις εταιρίες διανομής, δήλωσε ότι: «Η εταιρία δεν σχεδιάζει τις εκπτώσεις της- αυτές γίνονται ad hoc. Αν κάποιος ανταγωνιστής ξεκινήσει εκπτώσεις η εταιρία αναγκαστικά θα εξετάσει το ενδεχόμενο να ακολουθήσει. Τα τελευταία χρόνια πάντως η εταιρία έχει ακολουθήσει τις εκπτώσεις στα πλαίσια των περιόδων επίσημων εκπτώσεων. Όταν η τιμολόγηση γινόταν με το μείον 30% η εταιρία στο παρελθόν ακολουθούσε τις επιπλέον εκπτώσεις της αγοράς (συνήθως συνολική τελική έκπτωση 50%, ή παλαιότερα 40%). Η εταιρία τώρα κατήργησε πρώτη τη συνήθη ένδειξη έκπτωσης του 30%. Η διαπραγμάτευση της υποστήριξης των εκπτώσεων από τους διανομείς γίνεται μετά τη διενέργεια των εκπτώσεων από την εταιρία. Οι διανομείς ενδεχομένως εγκρίνουν την πίστωση ενός ποσού».

- Αναφορικά με τις χειμερινές εκπτώσεις 2006 δήλωσε ότι «Πραγματοποιήθηκαν εκπτώσεις 23 Ιανουαρίου μέχρι αρχές Φεβρουαρίου σε ποσοστό 50%. Εκπτώσεις έγιναν σε όλα τα προϊόντα των προμηθευτών επιλεκτικής διανομής. Για συγκεκριμένους κωδικούς και στοκ η εταιρία προέβη και σε μεγαλύτερη έκπτωση για αυτά τα προϊόντα. Εξαιρέθηκαν κάποιες ημέρες προϊόντα best seller από τις εκπτώσεις π.χ. κάποιες estee [Lauder] κρέμες προσώπου (best seller). Αλλιώς δεν υπήρξε άλλη

[330] Η CHRISTIAN DIOR προσκόμισε την από 12.1.2006 επιστολή με το πρόγραμμα των προτεινόμενων προβολών για το 2006 που απέστειλε στην […] της NOTOS (ως συν. 3 στην 4997/4.8.2006 επιστολή), στην οποία η δεύτερη δεν απάντησε.

[331] Αναφέρει, συγκεκριμένα ότι η εν λόγω πρακτική της NOTOS COM είχε ως αποτέλεσμα τη μείωση των πωλήσεων προϊόντων της CHRISTIAN DIOR το Δεκέμβριο του 2005 έναντι του Δεκεμβρίου 2004, κατά 36% στο NOTOS Galleries Αθήνας, κατά -32% στον Πειραιά και κατά -23% στη Θεσσαλονίκη. Σε εξαμηνιαία βάση, σημειώνει ότι καταγράφηκε μείωση κατά 20% το Β’ εξάμηνο του 2005 έναντι του Α’ εξαμήνου του ιδίου έτους.

[332] Αναφέρει, επίσης, ότι μετά την ανακαίνιση, το 2005, του κεντρικού καταστήματος της NOTOS COM στην Αθήνα η δεύτερη τοποθέτησε τα δικά της προϊόντα σε καλύτερη θέση ενώ δεν βελτίωσε τη θέση των προϊόντων της PCD, καθώς και ότι στα γενικότερα προβλήματα συνεργασίας μεταξύ τους περιλαμβάνονται η άρνηση διενέργειας προωθητικών ενεργειών και εκδηλώσεων και η μη συμμετοχή των προϊόντων PCD στις διαφημιστικές εκστρατείες της NOTOS GALLERIES.

[333] Την άνοιξη του 2006 ήταν κοινή επιχείρηση της SEPHORA και της HONDOS CENTER. Όπως αναφέρει σχετικά στην απάντησή της, δεν προσδιορίζει σε τι συνίσταται αυτή η δυσμενής μεταχείριση.

[334] Για αυτό το λόγο, όπως αναφέρει δεν υπάρχουν αισθητικοί και σε ορισμένα καταστήματα Beauty Shop και Galerie de Beaute στην Αθήνα.

[335] Απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας (σχετική εντολή ελέγχου με α.π. 3943/4.7.2006).

διαφοροποίηση. Έγιναν εκπτώσεις ίδιες στα προϊόντα όλων των προμηθευτών ... Σε γενικές γραμμές δεν υπάρχουν βασικά προβλήματα με κάποιο συγκεκριμένο προμηθευτή».

195) Σε σχετική διευκρίνιση επί των χορηγηθέντων ποσοστών εκπτώσεων Ιανουαρίου 2006 έναντι του Αυγούστου του ιδίου έτους, η εταιρία απάντησε ότι στην πρώτη εκπτωτική περίοδο χορηγούσε επιπλέον έκπτωση της τάξεως του 20% από την ήδη υπάρχουσα έκπτωση 30% που χορηγούνταν όλο το χρόνο σε όλα τα είδη καλλυντικών και στη δεύτερη περίοδο (13/7/2006 έως 29/7/2006) χορηγούσε εκπτώσεις από 30% - 50%, ανάλογα με την κυκλοφορία του προϊόντος. Σημείωσε περαιτέρω δε ότι η επικοινωνία με τους προμηθευτές της για την πιθανή χρηματοδότησή τους για τις εκπτώσεις που πραγματοποίησαν, θα λάβει χώρα από αρχές Σεπτεμβρίου 2006[336].

196) Ο [...] - Μέλος Διοικητικού Συμβουλίου της ROGE, δήλωσε ότι[337]:

- Αναφορικά με την τιμολόγηση των καλλυντικών κατά τις εκπτώσεις και την υποστήριξη των εκπτώσεων από τις εταιρίες διανομής: «Τις εκπτώσεις υποστηρίζουν οι εταιρίες διανομής με ποσοστό περίπου 5-15%. Οι εκπτώσεις από τις εταιρίες διανομής γίνονται με πιστωτικά τιμολόγια ή έκπτωση επί του τιμολογίου. Οι περισσότερες εταιρίες διανομής υποστηρίζουν εκπτώσεις συμπεριλαμβανομένων των εταιριών ESTEE LAUDER, DIOR, LANCOME. Η εταιρία NOTOS δεν υποστήριξε σχετικές εκπτώσεις (προς υποστήριξη του 50%) στην εταιρία HONDOS τον Φλεβάρη του 2006 όταν η ίδια προχώρησε σε εκπτώσεις 60% των προϊόντων που είσαγε αυτή».

- Σχετικά με τις εκπτώσεις κατά την περίοδο εκπτώσεων Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2006, απάντησε ότι: «Στη μεγαλύτερη πλειοψηφία προϊόντων τα καταστήματα είχαν εκπτώσεις 50%. Στα προϊόντα της εταιρίας NOTOS δεν έγιναν εκπτώσεις πέραν του 30%».

- Σχετικά με το ερώτημα σε ποιων εταιριών προϊόντα και για ποιο λόγο έκαναν τα καταστήματα HONDOS CENTER εκπτώσεις χαμηλότερες από 50% απάντησε ότι «Δεν πραγματοποιήσαμε εκπτώσεις 50% (αλλά μόνο 30%) στα προϊόντα των εταιριών που διανέμει η NOTOS. Η NOTOS αρχικά δεν ήθελε να υποστηρίξει τις εκπτώσεις (την Τετάρτη πριν τη Δευτέρα των εκπτώσεων). Κατόπιν πρότεινε υποστήριξη ποσοστού 5-10% μετά την έναρξη των εκπτώσεων (τη Δευτέρα που άρχισαν οι εκπτώσεις ή την ακριβώς προηγούμενη Παρασκευή). Παλαιότερα έδινε 5-8% μάλλον (αλλά δεν είμαι σίγουρος) και αυτό όχι πάντα. Η HONDOS κάποιες φορές υποστήριζε εκπτώσεις μέχρι 50% στα προϊόντα της NOTOS μόνη της χωρίς σχετικές πιστώσεις από τη NOTOS.».

- Επίσης, δήλωσε ότι «Η ΝΟΤΟΣ επίσης έδινε δωροεπιταγές και έκανε εκπτώσεις 60% στα προϊόντα της, το οποίο δημιούργησε πρόβλημα στην εταιρία HONDOS γιατί δεν μπορούσε να ακολουθήσει, παρά μόνο για ένα χρονικό διάστημα τις δωροεπιταγές. Αν ακολουθούσε τις εκπτώσεις του 60% η HONDOS θα πωλούσε κάτω του κόστους», καθώς και ότι «Όσον αφορά τη συνεργασία κάτι πάει στραβά: α) προφορική ειδοποίηση διακοπής year bonus 3%, β) επιστολή με απαίτηση εξόφλησης τιμολογίου εντός 90 ημερών με άμεση παράδοση χρεογράφων (επιταγών)»[338].

197) Ο [...] Διευθυντής Ανάπτυξης της GALERIE DE BEAUTE δήλωσε τα εξής[339]:

- «Στις περιόδους των εκπτώσεων ο τρόπος τιμολόγησης δεν αλλάζει. Εμείς, επειδή θα κάνουμε έκπτωση φέτος 30%, ζητούμε από τις προμηθεύτριες εταιρίες κάποιες έξτρα παροχές. Επειδή είμαστε οι «μικροί» παίκτες της αγοράς ακολουθούμε τον ανταγωνισμό. Επειδή εμείς πιέζουμε δεν σημαίνει πάντα ότι οι προμηθεύτριες εταιρίες ανταποκρίνονται.. [...] Στην προηγούμενη περίοδο εκπτώσεων (χειμερινή) για παράδειγμα μας υποστήριξαν τις εκπτώσεις μας με ποσοστό 10% περίπου όλες οι μεγάλες εταιρίες (π.χ. ESTEE Lauder, NOTOS)»[340].

- Κατά την περίοδο Ιανουαρίου - Φεβρουαρίου 2006 «κάναμε 50% [έκπτωση] σε όλες τις μάρκες καλλυντικών επιλεκτικής διανομής»[341].

Η.1.3 Ευρήματα έρευνας

198) Ως προς την υποστήριξη των καταστημάτων λιανικής πώλησης καλλυντικών με αισθητικούς συμβούλους από τις εταιρίες χονδρικής πώλησης καλλυντικών καθώς και υποστήριξη που παρείχαν επί των εκπτώσεων των προϊόντων τους στα καταστήματα λιανικής βρέθηκαν τα κάτωθι στοιχεία

Η.1.3.1 Ενέργειες εξομάλυνσης σχέσεων μεταξύ NOTOS COM, L’OREAL και ESTEE LAUDER κατά το 2006 με βάση τις απαντήσεις σε ερωτηματολόγια -Συμμόρφωση της NOTOS COM

199) Όπως προκύπτει από απαντήσεις σε σχετικά ερωτηματολόγια της υπηρεσίας το 2006 έλαβαν χώρα δύο συναντήσεις μεταξύ των εταιριών L’OREAL και NOTOS COM[342], με στόχο την προσπάθεια εξομάλυνσης των μεταξύ τους προβλημάτων. Ειδικότερα:

- Όπως προκύπτει από τις επιστολές που αντηλλάγησαν στις 3, 7 και 11 Απριλίου 2006, μία πρώτη συνάντηση έλαβε χώρα στις 13.4.2006 στο ξενοδοχείο Athens Plaza, με αντικείμενο αυτής την ενημέρωση σχετικά με την εξέλιξη της διαφοράς που είχε ανακύψει μεταξύ τους κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων του 2006 και να αποφασιστούν οι όροι της εξομάλυνσης των προβλημάτων τους[343]. Όπως προκύπτει από τις επιστολές της 14.6.2006 και της 19.6.2006 μεταξύ τους, τα μέρη φάνηκαν να συμφωνούν ως προς τον καθορισμό της βασικής προϋπόθεσης για την εξομάλυνση της σχέσης,

[336] Βλ. υπ’ αριθμ. 5209/14.8.2006 επιστολή της SEPHORA, η οποία κατατέθηκε σε συνέχεια του ερωτηματολογίου του από 12.7.2006 ελέγχου.

[337] Απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της ROGE.

[338] Δήλωσε, επίσης, ότι δεν γνωρίζουν εάν υπάρχουν προβλήματα ή παράπονα από άλλες εταιρίες.

[339] Κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας.

[340] Ερ. 7 του σχετικού ερωτηματολογίου.

[341] Ερ. 10 του σχετικού ερωτηματολογίου.

[342] Κατά δήλωση της L’Oréal International, [...].

[343] Την εταιρία L’Oréal εκπροσωπούσαν [...] (Διευθύνων Σύμβουλος και Γενικός Διευθυντής, συνταξιοδοτηθείς πλέον) και [...] (Εμπορικός Διευθυντής). Την εταιρία Notos εκπροσωπούσαν η [...] (Διευθύνουσα Σύμβουλος) και ο [...] (Εμπορικός Διευθυντής).

η οποία ήταν η δέσμευση της εταιρίας NOTOS COM ότι θα εφάρμοζε δίκαιους όρους προώθησης και ανάλογους με εκείνους που εφαρμόζονταν για τα ανταγωνιστικά προϊόντα, για τις περιόδους των εκπτώσεων και για τα προϊόντα των σημάτων της L’Oréal. Στην από 19.6.2006 επιστολή της, η L’Oréal δηλώνει ότι είναι ικανοποιημένη από τη δέσμευση που ανέλαβε η NOTOS COM περί παύσης της εκ μέρους της διακριτικής μεταχείρισης των προϊόντων των σημάτων της και ότι είναι έτοιμη να θέσει και πάλι στη διάθεση των καταστημάτων NOTOS COM συμβούλους ομορφιάς, σε αριθμό μεγαλύτερο από τον υπάρχοντα. Όσον αφορά στην οικονομική συμμετοχή της L’Oréal στις χορηγούμενες από την καταγγέλλουσα εκπτώσεις, οι δύο αυτές επιστολές δείχνουν ότι τα μέρη είχαν συμφωνήσει την κατά περίπτωση διευθέτηση του ζητήματος.

- Εντούτοις, η NOTOS COM με την από 22.6.2006 επιστολή της αναίρεσε τη θέση της, επαναλαμβάνοντας τις κατηγορίες της κατά της L’Oréal και απαιτώντας ως όρους για την αποκατάσταση της σχέσης την άμεση διάθεση συμβούλων ομορφιάς, την αποζημίωση για τη ζημία που είχε υποστεί εξαιτίας της απομάκρυνσής τους κατά την περίοδο των εκπτώσεων τον Ιανουάριο του 2006 και την καταβολή από τη L’Oréal μιας οικονομικής συνεισφοράς στις προσφορές που είχε πραγματοποιήσει στα προϊόντα της την ίδια χρονική περίοδο.

- Η εν λόγω επιστολή οδήγησε στην πραγματοποίηση μίας δεύτερης συνάντησης στις 26.6.2006[344], κατά την οποία η L’Oréal πρότεινε στην NOTOS COM μία νέα εμπορική μέθοδο για την αποφυγή μελλοντικής επανεμφάνισης της ίδιας διαφοράς. Συγκεκριμένα, η L’Oréal πρότεινε στην NOTOS COM να πάψει να χρησιμοποιεί τις συμβούλους ομορφιάς στα καταστήματά της και να τις αντικαταστήσει με ένα σταθερό και μόνιμο μηχανισμό υποστήριξης των πωλήσεών της στα καταστήματα NOTOS COM. Η απάντηση της NOTOS COM ήταν η αποστολή ενός εγγράφου οχλήσεως, με το οποίο απαιτούσε την άμεση επαναφορά των συμβούλων ομορφιάς και την καταβολή χρηματικής αποζημίωσης από τη L’Oréal.

200) Επίσης, εντός του 2006, έγιναν προσπάθειες για την εξομάλυνση της σχέσης της ESTEE LAUDER και της καταγγέλλουσας, οι οποίες όμως δεν είχαν θετικό αποτέλεσμα. Ειδικότερα, με το από 9.10.2006 υπόμνημά της, η NOTOS COM ενημέρωσε τη ΓΔΑ ότι από το πρωί της 29.9.2006 οι αισθητικοί σύμβουλοι της εταιρίας ESTEE LAUDER επέστρεψαν σε όλα τα πολυκαταστήματα της NOTOS COM (Αθηνών - Πειραιώς - Θεσσαλονίκης) και παρέχουν κανονικά τις υπηρεσίες τους. Συνημμένα προσκόμισε την από 27.9.2006 επιστολή της […] - Εμπορική Διευθύντρια ESTEE LAUDER προς τον […]- στέλεχος της NOTOS COM για την ενημέρωση επί της επιστροφής των αισθητικών συμβούλων της πρώτης στα πολυκαταστήματά της «ως πρώτο βήμα καλής θέλησης», με την οποία προτείνεται συνάντηση για τη συζήτηση των ανοικτών θεμάτων με σκοπό την απρόσκοπτη λειτουργία της εμπορικής τους συνεργασίας.[345]

201) Όμως, τελικά δεν επήλθε εξομάλυνση, καθώς η ESTEE LAUDER απέστειλε την από 6.11.2006 εξώδικη απάντηση – δήλωση στην NOTOS COM[346], ενώ η NOTOS COM από τον Ιανουάριο του ιδίου έτους κατηγορεί την ESTEE LAUDER ότι αποσύρει τις αισθητικούς της.

Η.1.3.2 Λοιπά ευρήματα από τους επιτόπιους ελέγχους - Πιέσεις και αντίποινα

202) Σε έγγραφο με τίτλο «Meeting with P&G Monday, Jan 30th, 2006»[347] από τον […], σημειώνονται τα κάτωθι:[348]

- Την 20/1 ενημερώνονται οι πελάτες της NOTOS COM ότι ενόψει των επερχόμενων εκπτώσεων η εταιρία θα καλύψει μέρος αυτών ως έξτρα έκπτωση στα τιμολόγια της περιόδου 23/1-31/1 (10% για συνολική έκπτωση ύψους 50%, 20% για συνολική έκπτωση ύψους 60%), πρακτική που θεωρείται άλλωστε κοινή στην αγορά καλλυντικών επιλεκτικής.

- Η B. SHOP/ SEPHORA ενημερώνει ότι δέχεται συστάσεις από την HONDOS και πιέσεις από προμηθευτές να μην συμπεριλάβει τα καλλυντικά της NOTOS COM στις εκπτώσεις. Ταυτόχρονα, όλοι οι προμηθευτές ενημερώνουν ότι δεν θα καλύψουν μέρος του κόστους των εκπτώσεων (σε αντίθεση με ό,τι έκαναν τα προηγούμενα χρόνια).

- Την 22/01 η GALERIE DE BEAUTE ενημερώνει επίσημα ότι δέχονται πιέσεις (μέσω απόσυρσης αισθητικών συμβούλων από υποκαταστήματα) από προμηθευτές να μην περιλάβουν προϊόντα της NOTOS COM στις εκπτώσεις.

- Την 23/1, πρώτη μέρα των εκπτώσεων, όλα τα προϊόντα της NOTOS COM είχαν εξαιρεθεί από τις εκπτώσεις, από όλα τα μεγάλα καταστήματα λιανικής (HONDOS, B. SHOP/SEPHORA, GDB) και όλοι οι προμηθευτές απέσυραν τις αισθητικούς τους από τα καταστήματα NOTOS GALLERIES (εναρμόνιση μεταξύ εταιριών λιανικής- διανομής).

- Την 24/1 η NOTOS COM αποστέλλει εξώδικα προς τους προμηθευτές, ενώ τα καταστήματα B. SHOP/ SEPHORA κάνουν εκπτώσεις στα προϊόντα της NOTOS COM σε 18 μικρού μεγέθους και χωρίς αισθητικούς συμβούλους καταστήματα τους. Καταστήματα των GDB που επηρεάζονται από τα B. SHOP/ SEPHORA και συμπεριλαμβάνουν τα προϊόντα της NOTOS COM στις εκπτώσεις. Κατά συνέπεια, οι προμηθευτές αποσύρουν τις αισθητικούς συμβούλους και ενημερώνουν ότι δεν θα καλύψουν τις εκπτώσεις, ώστε τελικά τα GDB σταματούν τις εκπτώσεις στα προϊόντα NOTOS COM.

- Την 25/1 τα B.SHOP/SEPHORA κάνουν έκπτωση σε όλα τα σημεία πώλησης στα προϊόντα της NOTOS COM. Τα GDB ακολουθούν, με συνέπεια να αποσυρθούν περίπου 50 αισθητικές σύμβουλοι από τα καταστήματά τους, από όλους τους άλλους προμηθευτές.

203) Κατά τον επιτόπιο έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας L’OREAL, βρέθηκαν τα κάτωθι:

[344] Εκπρόσωπος της L’Oréal σε αυτή τη σύσκεψη, ήταν […] (Εμπορικός Διευθυντής) και εκ μέρους της NOTOS COM […] (Εμπορικός Διευθυντής). Βλ. και συνημμ. επιστολές (4.7.2006 και 10.7.2006) στην υπ’ αριθμ. 4892/3.8.2006 επιστολή της L’Oréal.

[345] Υπ’ αριθμ. 6295/9.10.2006 «υπόμνημα» της NOTOS COM.

[346] Ως απάντηση στο από 26.6.2006 εξώδικο της NOTOS COM (υπ’ αριθμ. πρωτ. 7302/16.11.2006). Συν. στο υπ’ αριθμ. 7387/19.12.2007 έγγραφο της ESTEE LAUDER.

[347] Έγγραφο ληφθέν κατά τον έλεγχο της 22.1.2008 στην ΠΡΟΚΤΕΡ & ΓΚΑΜΠΛ ΕΛΛΑΣ. Στην ένορκη κατάθεση - δήλωσή του (της 22.1.2008) […] δήλωσε ότι το έγγραφο αυτό προσκομίστηκε από τον […].

[348] Πρωτότυπο στην αγγλική. Ελεύθερη μετάφραση.

204) Οκτώ (8) επιστολές από […] (L΄OREAL) προς την […] (μέλος του ΔΣ της NOTOS COM) από την 7.2.2006 έως την 10.7.2006[349], με τις οποίες εκφράζονται προβληματισμοί αναφορικά με τους όρους συνεργασίας τους και τους τρόπους ομαλοποίησης των εμπορικών τους σχέσεων, κατόπιν και σχετικών συναντήσεων των εμπορικών διευθυντών των εταιριών[350]. Στην τελευταία επιστολή, της 10.7.2006, ο […] αναφέρει ότι αναμένει την απάντηση της NOTOS COM για την αλλαγή της εμπορικής πολιτικής της L’OREAL, δηλαδή να μην υπάρχουν αισθητικοί της εταιρίας στα καταστήματα NOTOS COM εξασφαλίζοντας «ένα σταθερό μηχανισμό υποστήριξης των πωλήσεων μας, απεξαρτοποιώντας την εταιρία σας από τον κίνδυνο της αφαίρεσης των αισθητικών από τα σημεία πώλησης.»

205) Όσον αφορά στην υποστήριξη καταστημάτων λιανικής με αισθητικούς συμβούλους από την L’OREAL, εν γένει, όπως αναφέρεται ανωτέρω, επιβεβαιώνεται από την έρευνα της ΓΔΑ ότι αυτή έλαβε χώρα κατά το 2006 καθώς βρέθηκαν συμφωνίες συνεργασίας για το έτος, με ημερομηνία 10.5.2006, μεταξύ της L’OREAL και των GALERIE DE BEAUTE και ATTIKA[351], στις οποίες καταγράφεται η συνολική συμφωνηθείσα εμπορική πολιτική της εταιρίας. Ειδικότερα, στα εν λόγω καταστήματα παρέχονται αισθητικοί σύμβουλοι και συμφωνείται ότι το κόστος κάλυψης αυτών θα παρέχεται από την L’OREAL, στην πρώτη περίπτωση με μηνιαία ποσοστιαία παροχή[352] και στη δεύτερη περίπτωση με την παροχή μίας ή περισσοτέρων αισθητικών που ανήκουν στην L’OREAL. Αντιθέτως, βρέθηκε και η από 13.4.2006 συμφωνία συνεργασίας με την ΦΩΚΑΣ Α.Ε. για το ίδιο έτος, στην οποία όμως δεν υπήρξε αναφορά σε παροχή αισθητικών συμβούλων.

206) Από τους επιτόπιους ελέγχους στα γραφεία των εταιριών SEPHORA, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ESTEE LAUDER και CHRISTIAN DIOR βρέθηκαν, σε χρονολογική σειρά, τα ακόλουθα στοιχεία:

207) Τρεις παρουσιάσεις της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, με τις σημαντικότερες τάσεις του κλάδου για τα έτη 2004 και 2006[353] στις οποίες αναφέρεται, μεταξύ άλλων, ότι για πρώτη φορά το Μάιο του 2004 η Beauty Shop και η Hondos σχεδίασαν από κοινού μία εκπτωτική ενέργεια, η οποία επαναλήφθηκε και το 2005[354]. Αναγράφεται, επιπλέον, ότι οι λιανοπωλητές απαιτούν μεγαλύτερη συμβολή από τους προμηθευτές κατά τις εκπτωτικές περιόδους.

208) Ηλεκτρονικό μήνυμα από την […] (DIOR) στον […] (LVMH - DIOR) με ημερομηνία 1.7.2002 με το οποίο τον ενημερώνει για τη λήξη του πολέμου τιμών μεταξύ των λιανεμπόρων πλην του ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑ, ο οποίος συνεχίζει την παροχή εκπτώσεων ύψους 60% στα δικά του σήματα και 50% σε όλα τα υπόλοιπα σήματα. Επί αυτού ο François Turainne απαντά στις 3.7.2002 ότι έμαθε πως όλες οι ελληνικές εταιρίες λιανικής σκοπεύουν να συναντηθούν την Παρασκευή για να βρουν λύση στον πόλεμο τιμών.[355]

209) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο της 30.3.2005 από τον […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) προς τις […] και […] (SEPHORA),[356] με θέμα «Εκπτώσεις PROCTER» όπου αναγράφεται: «… θα ήθελα να σας υπενθυμίσω την εκκρεμότητα για τις εκπτώσεις του Δεκεμβρίου. Αύριο είναι η τελευταία μέρα του μήνα, εσείς θα θέλετε να κοπεί το πιστωτικό για τη συμμετοχή μας στις εκπτώσεις και εγώ δεν θα μπορώ μια και δεν θα έχω πάρει τα στοιχεία της Procter.»

210) Τηλεομοιοτυπία επιστολής, με ημερομηνία 28.12.2005 του […]– Εμπορικός Διευθυντής της NOTOS COM προς συνεργάτες[357] με την οποία, εν όψει των χειμερινών εκπτώσεων 2006, μεταξύ άλλων, παρακαλεί για την έγκαιρη έγγραφη γνωστοποίηση των ποσοστών έκπτωσης επί των τιμών λιανικής των προϊόντων τους, που θέλουν να παρέχεται στους πελάτες - καταναλωτές της NOTOS COM.

211) Χειρόγραφες σημειώσεις του […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ)[358] με τίτλο «Report Φεβ 2006» στις οποίες αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «ΠΕΛΑΤΕΣ Για την κάλυψη των εκπτώσεων δόθηκε στους ΧΟΝΤΟΣ (αμιγή και franchisee) η επιλογή ανάμεσα στο sell-out ή sell-in. Με ελάχιστες εξαιρέσεις οι πελάτες επιλέγουν το sell-out, μειώνοντας τα αποθέματά τους. Δεν δόθηκε κάλυψη στα αμιγή του Beauty Shop και έτσι δεν αγόρασαν. Στα δε franchisee που δόθηκε ένα extra 10% στις αγορές, αυτοί αγόρασαν ελάχιστα. Στον ΝΟΤΟ παραδίδουμε με προσοχή μια και δεν έχουμε αισθητικούς στα 2 από τα 3 μαγαζιά τους.» Επίσης, υπό τον τίτλο «SEPHORA 14/7/06» αναγράφονται τα κάτωθι: «- εκπτώσεις σε μέρος του πελατολογίου Sephora - ο Χόντος είναι παράνομος: κάνει 30% σε όλα - ίδια αντιμετώπιση με Χόντο → κάλυψη - μετά τις εκπτώσεις διαπραγμάτευση για κάλυψη - Notos talking with Sephora but not final αν γίνει θα είναι για μας ένα μεγάλο πρόβλημα → όχι οι όροι μας + στοιχεία να είναι γνωστοί σε Notos - παροχές 5%. […]».

212) Τηλεομοιοτυπία της από 20.1.2006 ανυπόγραφης επιστολής της […] Εμπορικό Τμήμα της ROGE στον […]- Δ/ντή Εμπορικού Τμήματος της MAKALDI, με την οποία ενημερώνει για την άρνηση της NOTOS COM «να παράσχει οποιαδήποτε παροχή στη διάθεση των προϊ-

[349] Με ημερομηνίες 7/2, 3/4,11/4, 17/4, 10/5, 19/6, 4/7 και 10/7 του 2006. Συν. στην υπ’αριθμ. 4892/3.8.2006 επιστολή της L’OREAL.

[350] Αναφέρεται στη συνάντηση της 26.6.2006 για την αλλαγή της μεταξύ τους εμπορικής πολιτικής.

[351] Υπ’ αρ. 5-7 στοιχεία ληφθέντα κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο της γραμματέας του […] Γεν. Δ/ντής της L’ OREAL.

[352] Ως «6% επί της χονδρικής αξίας των αγορών αφαιρουμένων των επιστροφών και του ποσοστού 2,2%, προσαυξημένο κατά το πριμ του αισθητικού, αποδιδόμενο ανά μήνα με πιστωτικό σημείωμα.»

[353] Με τίτλο «Business Review 2004» της 22.3.2004 (ονόματα δημιουργών αυτής […]), με τίτλο «Ferragamo Ungaro PRESENTATION» της 15.3.2006 (με ονόματα δημιουργών αυτής: […]) και τίτλο «LALIQUE PRESENTATION» και ημερομηνία 19.5.2006 (Βλ. σχετ. 2, 26 και 1 των ληφθέντων εγγράφων κατά τον από 24.1.2008 έλεγχο στο γραφείο της […]– (τμήμα Μάρκετινγκ) στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Πρωτότυπο στην αγγλική.

[354] Το 2004 πραγματοποιήθηκαν τους μήνες Φεβρουάριο, (δύο φορές) Μάιο, Σεπτέμβριο και Οκτώβριο και το 2005 τους μήνες Φεβρουάριο, Ιούλιο και Αύγουστο.

[355] Πρωτότυπα στην αγγλική. Ελεύθερη μετάφραση.

[356] Στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο της […] (SEPHORA).

[357] Δεν προκύπτει προς ποιους συνεργάτες στάλθηκε η εν λόγω επιστολή. (Βλ. υπ’αρ. 1 στοιχείο ληφθέντος κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […] – Δ/ντής Πωλήσεων της CHRISTIAN DIOR).

[358] Βλ. έγγραφο υπ’ αρ. 2 από τον έλεγχο της 24.1.2008 στο γραφείο της γραμματέως του […] στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

όντων των καλλυντικών και αρωμάτων της επιλεκτικής διανομής στα κατ/τα Hondos Center, κατά την περίοδο των εκπτώσεων από 23.1.2006 …»[359].

213) Καταγραφή βασικών σημείων, με ημερομηνία 23.1.2006, από την […] – Εμπορικό Τμήμα της ROGE[360], επί των χορηγηθέντων ποσοστών εκπτώσεων ανά κατάστημα λιανικής και εμπορικό σήμα. Ειδικότερα, για τα καταστήματα NOTOS αναγράφει πλέον των εκπτώσεων ότι «δεν έχει αισθητικούς άλλων εταιριών», για τα BEAUTY SHOP Πατησίων, GALLERIE και ATTIKA αναγράφει ότι δεν χορηγούν εκπτώσεις στα προϊόντα της NOTOS COM.[361]

Η.2. ΤΙΜΟΛΟΓΙΑΚΗ ΠΟΛΙΤΙΚΗ ΕΤΑΙΡΙΩΝ ΧΟΝΔΡΙΚΗΣ

214) Όσον αφορά στην τιμολογιακή πολιτική χονδρεμπόρων και λιανέμπορων, από την έρευνα της Υπηρεσίας προέκυψαν τα ακόλουθα:

Η.2.1 Οι απόψεις των χονδρεμπόρων και των λιανοπωλητών

215) Από τις απαντήσεις των εταιριών χονδρικής πώλησης καλλυντικών προϊόντων σε σχετικά ερωτηματολόγια της ΓΔΑ όσον αφορά τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση καλλυντικών προϊόντων προκύπτουν τα ακόλουθα.

Η.2.1.1 Η θέση της NOTOS COM

216) Σύμφωνα με το από 4.7.2006 «υπόμνημα» της NOTOS COM, οι εταιρίες διανομής προμηθεύουν τα καταστήματα λιανικής με προϊόντα επιλεκτικής διανομής, συνοδευόμενα από ετήσιους τιμοκαταλόγους με αναγραφόμενες τιμές χονδρικής και προτεινόμενες λιανικής, οι οποίες λιανικές τιμές διαμορφώνονται από τον προμηθευτή βάσει α) των τιμών ανταγωνιστικών προϊόντων και β) των τιμών των συγκεκριμένων προϊόντων στην Ε.Ε. (κυρίως Γαλλία). Η εν λόγω λιανική τιμή έχει «ενημερωτικό-ενδεικτικό χαρακτήρα, προκειμένου το κατάστημα λιανικής (ιδίως τα μεμονωμένα και όχι οι αλυσίδες) να γνωρίζει το ύψος στο οποίο περίπου κυμαίνεται η τιμή του προϊόντος στην Ε.Ε. και στην αγορά και να διαμορφώσει ενσυνείδητα τις τιμές». Ιδιαίτερα δε για την ίδια, η NOTOS COM αναφέρει ότι (λόγω της διττής ιδιότητάς της) η κατάρτιση τιμοκαταλόγου με προτεινόμενες τιμές αποτελεί υποχρέωσή της, εφόσον θεωρεί ότι οφείλει να γνωστοποιεί στους πελάτες της τις τιμές στις οποίες διαθέτει στο καταναλωτικό κοινό τα προϊόντα που η ίδια διανέμει από τα πολυκαταστήματά της, προκειμένου οι πελάτες αυτοί να είναι σε κάθε περίπτωση ενήμεροι αλλά και να μπορούν να διαπιστώσουν ότι η εταιρία δεν εκμεταλλεύεται τη διττή της ιδιότητα για να αυξήσει το μερίδιό της στη λιανική.

217) Επιπλέον, η NOTOS COM αναφέρει ότι «Παρά το μη δεσμευτικό χαρακτήρα (από πλευράς μας τουλάχιστον) των προτεινόμενων τιμών πώλησης λιανικής, δεν μπορεί να αγνοηθεί ότι αυτές ακολουθούνται σχεδόν από όλα τα καταστήματα λιανικής, που χορηγούν καθ’ όλη τη διάρκεια του χρόνου «έκπτωση» ύψους 30% επί αυτών.» Κατά τη NOTOS COM, «αυτό δεν είναι συμπτωματικό, αλλά οφείλεται στο γεγονός ότι στην Ελλάδα, εδώ και αρκετά χρόνια, υπάρχει μια αλυσίδα καταστημάτων λιανικής πώλησης με μερίδιο αγοράς πάνω από 62%(!) κατέχουσα έτσι δεσπόζουσα (σχεδόν μονοπωλιακή) θέση που της επιτρέπει να «επιτηρεί» τις τιμές λιανικής σε όλη την αγορά προκειμένου αφενός μεν να διατηρήσει απαράλλαχτα τα μερίδια, αφετέρου δε να μεγιστοποιήσει τα κέρδη της αλλά και να ελέγχει/ τιθασεύει/ υποτάσσει σε κάθε περίπτωση τον ανταγωνισμό (διασφαλίζοντας ότι κανένα άλλο κατάστημα ή αλυσίδα λιανικής δεν θα την ανταγωνίζεται στο πεδίο των τιμών), τόσο σε επίπεδο προμήθειας, όσο και σε επίπεδο λιανικής…»

218) […]:

- […].
- […].

219) Η NOTOS COM θεωρεί γενικότερα ότι κατά τα ανωτέρω αποτελεί θύμα και έχει τη βεβαιότητα ότι δεν έχει ακολουθήσει ουδέποτε στο παρελθόν οιαδήποτε μη σύννομη ενέργεια ή πρακτική. Ενημερώνει δε ότι σε συμμόρφωση με τη σχετική πρόσκληση- εντολή του Υπουργείου Ανάπτυξης, έχει παύσει να διαθέτει στους καταναλωτές από τα πολυκαταστήματά της καλλυντικά προϊόντα με έκπτωση 30% επί της ονομαστικής αξίας.

220) Περαιτέρω, με το από 13.7.2006 «υπόμνημά» της[362] η NOTOS COM δηλώνει ότι η κατάρτιση τιμοκαταλόγων με ενδεικτικές αλλά όχι δεσμευτικές τιμές είναι αρμοδιότητα του προμηθευτή/διανομέα. Επίσης, αναφέρει ότι στις περισσότερες χώρες της Ε.Ε. οι οίκοι καλλυντικών δεν χρησιμοποιούν ανεξάρτητες επιχειρήσεις διανομής για την προώθηση των προϊόντων τους αλλά έχουν θυγατρικές επιχειρήσεις ή καταστήματα που λειτουργούν οι ίδιοι, επίσημα, δηλαδή, σημεία πώλησης, από τα οποία πληροφορείται η υπόλοιπη αγορά τις προτεινόμενες από τον οίκο τιμές για τα καλλυντικά προϊόντα του. Αυτό, κατά τη NOTOS COM, «θα συνέβαινε και στην Ελλάδα εάν δεν υπήρχαν οι «επίσημοι» τιμοκατάλογοι με τις ενδεικτικές τιμές πώλησης που καταρτίζονται από τους διανομείς, με τη διαφορά ότι, επειδή στην Ελλάδα οι περισσότεροι οίκοι δεν διατηρούν θυγατρικές επιχειρήσεις ή καταστήματα, η αγορά πιθανότατα θα ακολουθούσε στον ορισμό των τιμών την αλυσίδα που κατέχει το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς».

221) Τέλος, η […] στο από 21.8.2006[363] υπόμνημά της, μεταξύ άλλων, επιβεβαιώνει ότι «ακολουθούσε ως λιανοπωλητής τις τιμές των επίσημων-προτεινόμενων τιμοκαταλόγων που συνέτασσαν οι εταιρίες διανομής, εφαρμόζοντας επί αυτών έκπτωση 30% κατά τη διάρκεια του χρόνου, […]», κατά τις δε εκπτωτικές περιόδους ακολουθούσε τις εκπτώσεις που παρείχε η υπόλοιπη αγορά, ιδίως ο «όμιλος» HONDOS CENTER.

Η.2.1.2 Η θέση της L’OREAL

222) Ο […] (Γεν. Δ/ντής και Δ/νων Σύμβουλος της L’OREAL) σχετικά με τους τιμοκαταλόγους, δήλωσε, μεταξύ άλλων, ότι η εταιρία καθορίζει μόνο τη μέγιστη λιανική τιμή μεταπώλησης. Επίσης, δήλωσε ότι «η χονδρική τιμή είναι η τιμή πώλησης τιμοκαταλόγου προς τους πελά-

[359] Πρωτότυπη στην αγγλική. Βλ. υπ’ αριθμ. 3734/26.6.2006 επιστολή της NOTOS.

[360] Αρχείο με όνομα «50% 23.1.06.doc». Αντίγραφα ηλεκτρονικών αρχείων της […].

[361] Αναγράφει ότι «σε όλα 50% + SETS […] Εκτός από NOTOS».

[362] Υπ’ αριθμ. πρωτ. 4267/14.7.2006 (απαντώντας στο υπ’ αρ. 4819/31.7.2006 ερωτηματολόγιο της υπηρεσίας).

[363] Αριθμ. πρωτ. […]/21.8.2006.

τες μας. Η μέγιστη λιανική τιμή αφήνει σημαντικότατο περιθώριο και αποτελεί όριο προσδιορισμού, κατά την κρίση μας, του ύφους και του κύρους κάθε προϊόντος». Θεωρείται δε ότι «λόγοι διαφάνειας αλλά και επικοινωνίας της μέγιστης λιανικής τιμής επιβάλλουν την σύνταξη των τιμοκαταλόγων»[364].

Η.2.1.3 Η θέση της ESTEE LAUDER

223) Ο […] (Πρόεδρος και Δ/νων Σύμβουλος της ESTEE LAUDER) δήλωσε ότι[365] «Έχει καταργηθεί η προτεινόμενη λιανική τιμή πριν από 1-2 χρόνια [δηλαδή από το 2004]. … Τα καταστήματα πωλούν ελεύθερα σε ότι τιμή θέλουν».

224) Όμως, καθώς είχε βρεθεί στα γραφεία της εταιρίας τιμοκατάλογος προϊόντων με λιανικές τιμές του Απριλίου 2005 (βλ. και Ενότητα Η.2.3), ρωτήθηκε από τη ΓΔΑ […] σχετικά στην από 16.11.2007 ανωμοτί κατάθεσή του, όταν και δήλωσε ότι: «Η εντολή για κατάργηση της αποστολής τιμοκαταλόγων με προτεινόμενες τιμές είχε δοθεί από εμένα την περίοδο που ανέφερα στο ανωτέρω ερωτηματολόγιο [της 5.7.2006]. Ίσως να μην εφαρμόστηκε η εντολή μου αυτή αμέσως. Αποκλείεται να βρείτε τιμοκαταλόγους με προτεινόμενες λιανικές τιμές για τα έτη 2006 και 2007. Η ένταξη του 30% στους προτεινόμενους τιμοκαταλόγους έγινε για λόγους διευκόλυνσης των πελατών μας. Καθώς οι αισθητικοί σύμβουλοι πληρώνονται από την εταιρεία μας, οι τιμοκατάλογοι αυτοί συντάσσονταν προς διευκόλυνσή τους κατά την λιανική πώληση των προϊόντων».

Η.2.1.4 Η θέση της ΣΑΡΑΝΤΗΣ

225) Ο […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ)[366], απαντώντας σε σχετικό ερώτημα για τον τρόπο τιμολόγησης δήλωσε ότι δεν υιοθετήθηκαν πρακτικές επιβολής τιμών λιανικής πώλησης, συμπληρώνοντας ότι «κάτι τέτοιο δεν είναι δυνατό στην αγορά».

Η.2.1.5 Η θέση της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ

226) Επί του τρόπου τιμολόγησης των υπό εξέταση προϊόντων, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ στην υπ’ αριθμ. 4805/28.7.06 επιστολή της δήλωσε, μεταξύ άλλων, τα κάτωθι:

- Η μέθοδος υπολογισμού των προτεινόμενων τιμών λιανικής έχει ως ακολούθως: Λιανική Τιμή= Χονδρική Τιμή+12%+19% (Φ.Π.Α.)

- Αναφορικά με τη σκοπιμότητα ύπαρξης τιμοκαταλόγων με τιμές λιανικής σημειώνει ότι «Οι προτεινόμενες λιανικές τιμές και στη συνέχεια ο τιμοκατάλογος προτείνεται από τον ξένο οίκο και μάλιστα αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της Σύμβασης Διανομής που διέπει τη συνεργασία μεταξύ προμηθευτή και τοπικού διανομέα. Αυτό το σκέλος της σύμβασης είναι το λεγόμενο Price Structure, βάσει του οποίου καθορίζονται και οι τιμές στις οποίες ο τοπικός διανομέας πραγματοποιεί αγορές από τον ξένο οίκο».

- Επί της προαναφερθείσας δήλωσής της, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ διευκρίνισε με την υπ’ αριθμ. 5506/31.8.2006[367] επιστολή της, μεταξύ άλλων, ότι καμία προμηθεύτρια εταιρία με τις οποίες συνεργάζεται δεν επιβάλει την έκδοση τιμοκαταλόγου με προτεινόμενες τιμές λιανικής, αντιθέτως, «ο καθορισμός των προτεινόμενων λιανικών τιμών λαμβάνει χώρα στα πλαίσια της συνεργασίας που διατηρεί η …εταιρία με τους ξένους οίκους». Εν συνεχεία υποστηρίζει ότι παρόλο που οι ξένοι οίκοι επιθυμούν τα προϊόντα τους να έχουν ορισμένη παρουσίαση και προώθηση σε κάθε τοπική αγορά, δεν επιβάλλουν στην προκείμενη εταιρία διανομής την έκδοση τιμοκαταλόγου με προτεινόμενες τιμές λιανικής, ενώ σε κάθε περίπτωση οι λιανέμποροι καθορίζουν μόνοι τους τις τιμές λιανικής στις οποίες πωλούν τα προϊόντα τους.

Η.2.1.6 Η θέση της CHRISTIAN DIOR

227) Σχετικά με τη μέθοδο τιμολόγησης των προϊόντων της η PCD αναφέρει στην από 4.8.2006 επιστολή της[368] ότι «η Γαλλική μητρική εταιρία της PCD HELLAS λαμβάνει τις στρατηγικές αποφάσεις σε σχέση με την ανάπτυξη των προϊόντων, τις παγκόσμιες διαφημιστικές καμπάνιες στα ΜΜΕ, το λανσάρισμα των προϊόντων και τις τιμές. Για παράδειγμα, η Γαλλική εταιρία αποφασίζει και εφοδιάζει την PCD HELLAS με τις τιμές χονδρικής για τα προϊόντα PCD. Μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις, η PCD HELLAS μπορεί να τροποποιήσει τις εν λόγω τιμές χονδρικής. Οι συνιστώμενες τιμές λιανικής υπολογίζονται σύμφωνα με διάφορους παράγοντες: Τιμές χονδρικής, Φ.Π.Α., ειδικοί παράγοντες υπολογισμού κ.λπ.».

228) Αναφορικά δε με τη σκοπιμότητα ύπαρξης τέτοιων τιμοκαταλόγων, κατά την εν λόγω εταιρία «η ύπαρξη συνιστώμενων τιμών λιανικής αποτελεί παλαιά κοινή πρακτική που ακολουθείται διεθνώς, σε όλους τους τομείς του εμπορίου. Οι συνιστώμενες τιμές χρησιμοποιούνται αποκλειστικά ως ενδείξεις για τους λιανοπωλητές, με σκοπό να τους βοηθήσουν στην προώθηση των προϊόντων στην αγορά, καθώς η τιμή είναι μέρος του μάρκετινγκ (σύλληψη ιδέας, επικοινωνία, τιμή και διανομή). Εντούτοις, οι λιανοπωλητές είναι σε κάθε περίπτωση ελεύθεροι να καθορίσουν τις τιμές λιανικής πώλησης, όπως προκύπτει και από την Ελληνική αγορά καλλυντικών όπου οι καταναλωτές επωφελούνται από διαφορετικές προωθητικές ενέργειες».

Η.2.1.7 Η θέση της GALERIE DE BEAUTE

229) Ο […] - Διευθυντής Ανάπτυξης της εταιρίας, απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο δήλωσε τα εξής[369]:

- Υπάρχουν, συνήθως μηνιαίοι, τιμοκατάλογοι λιανικής από όλες τις προμηθεύτριες εταιρίες και σε περίπτωση ανατίμησης «η προμηθεύτρια εταιρία ενημερώνει σε εύλογο χρονικό διάστημα και στέλνει καινούριο τιμοκατάλογο χονδρικών τιμών με προτεινόμενες λιανικές τιμές».

- Ως προς τον τρόπο τιμολόγησης των καλλυντικών προϊόντων επιλεκτικής διανομής απάντησε, ότι καταρχήν, «περνάνε» στο σύστημά τους τον τιμοκατάλογο χονδρικής της προμηθεύτριας εταιρίας, με τις προτεινόμενες λιανικές τιμές. Ειδικότερα, «Μέχρι πρότινος υπήρχε πάγια τακτική όλων των καταστημάτων καλλυντικών να κάνουν 30% έκπτωση επί της προτεινόμενης τιμής. Αυτό σταμάτησε τις δύο προηγούμενες εβδομάδες του Ιουλίου [2006]. Άλλαξε ύστερα από επιστολή του Υπουργεί-

[364] […].

[365] Απαντώντας σε σχετικό ερώτημα στο από 5.7.2006 ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια ελέγχου στα γραφεία της ESTEE LAUDER.

[366] Σε σχετικό ερωτηματολόγιο, κατά τη διάρκεια του από 24.1.2008 ελέγχου στα γραφεία της ΣΑΡΑΝΤΗΣ (Σχετική εντολή ελέγχου με αριθμ. πρ. 382/23.1.2008).

[367] Ως απάντηση στο υπ’ αριθμ. πρωτ. 4880/2.8.2006 ερωτηματολόγιο της ΕΑ.

[368] Με αριθμ. πρωτ. 4997/4.8.2006.

[369] Κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας (βλ. ερ. 3-5 του σχετικού ερωτηματολογίου).

ου Ανάπτυξης. Σήμερα [Ιούλιος 2006] η τελική τιμή δεν έχει αλλάξει σε σχέση με δύο βδομάδες πριν, απλώς η τιμή είναι κατά 30% χαμηλότερη». Σημειώνει, επίσης, ότι υπάρχει η δυνατότητα παρέμβασης των καταστημάτων της GDB στις τιμές αυτές, ενώ απάντησε, επιπλέον, σε σχετικό ερώτημα[370] ότι «ακολουθούμε τις προτεινόμενες τιμές, γιατί τις ακολουθεί ο ανταγωνισμός»[371].

- Οι παραγγελίες από τα καταστήματα του ομίλου και τα franchisees γίνονται «επί τόπου σε όλα τα καταστήματα ανάλογα με τις ανάγκες τους», ενώ συνάπτονται κεντρικές συμφωνίες που αφορούν το σύνολο των τιμολογίων[372]. Επίσης, τα κεντρικά του ομίλου «επεμβαίνουν» στις παραγγελίες μόνο σε εξαιρετικές περιπτώσεις, όπως για παράδειγμα ενέργειες προσφοράς.

230) Η […] (βοηθός λογιστή στην GALERIE DE BEAUTE) ως προς τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση καλλυντικών προϊόντων δήλωσε ότι[373] αυτός «καθορίζεται από τις προμηθεύτριες εταιρείες. Καθορίζουν το κέρδος. Συνήθως 12% είναι το κέρδος του ομίλου Galerie de Beaute. Οι τιμοκατάλογοι έχουν προτεινόμενες τιμές τις οποίες η Galerie de Beaute ακολουθεί. Τις ακολουθεί και όλη η αγορά. Επί της προτεινόμενης τιμής αφαιρείται ένα 30% και προκύπτει η τελική τιμή του ραφιού». Επίσης, όσον αφορά στη σκοπιμότητα ύπαρξης τιμοκαταλόγων με προτεινόμενες λιανικές τιμές από τις συνεργαζόμενες εταιρίες διανομής, απάντησε ότι χρησιμοποιούνται, συχνά, κατά τις παραλαβές προϊόντων για τον έλεγχο της σωστής χρέωσης και «[…] να ξέρω ποια τιμή θα έχουμε στο ράφι. Να μην έχει ξεφύγει παλιά τιμή στο ράφι»[374].

Η.2.1.8 Η θέση της ROGE

231) Ο […] (Μέλος Διοικητικού Συμβουλίου της ROGE) απαντώντας σε σχετικές με το θέμα ερωτήσεις δήλωσε ότι[375]:

- «Οι τιμοκατάλογοι με προτεινόμενες τιμές αποστέλλονται από τους προμηθευτές σε όλα τα καταστήματα απευθείας (και του ομίλου και άλλων). Δεν είναι γνωστό ποιος είναι αρμόδιος για την κατάρτισή τους. Οι προτεινόμενες είναι ανώτατες τιμές[376]. Οι τιμοκατάλογοι αποστέλλονται και στα γραφεία στην Ομήρου 4 για τήρηση αρχείου».

- Αναφορικά με τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση προϊόντων, από τα καταστήματα του σήματος HONDOS CENTER ο […] δήλωσε ότι «Βάση αποτελούν οι τιμοκατάλογοι με τις προτεινόμενες τιμές. Οι τιμές αυτές προσαρμόζονται στον ανταγωνισμό. Το κάθε κατάστημα ξεχωριστά κάνει δειγματοληπτικούς ελέγχους στην περιοχή που δραστηριοποιείται. Γι’ αυτό το λόγο και οι τιμές διαφοροποιούνται από κατάστημα σε κατάστημα».

- Σχετικά με τη σκοπιμότητα ύπαρξης τιμοκαταλόγων ο ερωτώμενος δήλωσε ότι «Οι τιμοκατάλογοι έχουν προτεινόμενες τιμές, οι οποίες είναι οι ανώτατες, προς αποφυγή μεγαλύτερων τιμολογήσεων από καταστήματα νησιωτικών περιοχών. Αυτό ισχύει τώρα. Πριν από 15 χρόνια οι τιμές οι προτεινόμενες ήταν και λιανικής, καθώς στην συσκευασία αναγράφονταν οι τιμές».

Η.2.1.9 Η θέση της SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ

232) Αναφορικά με τους τιμοκαταλόγους, η […] - Διευθύντρια Αγορών της SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ[377], δήλωσε ότι:

- «Για τα καταστήματα της εταιρίας εκδίδονται τιμοκατάλογοι λιανικών τιμών. Τα καταστήματα franchisee έχουν πρόσβαση στον τιμοκατάλογο αυτό- τις προτεινόμενες τιμές και έχουν την επιλογή να ακολουθήσουν τις τιμές αυτές. Είναι στη διακριτική τους ευχέρεια να ακολουθήσουν τον τιμοκατάλογο αυτό ή όχι. […] Βάση [για την τιμολόγηση] αποτελεί η προτεινόμενη λιανική τιμή από τους προμηθευτές. Υπάρχουν διαφοροποιήσεις για διάφορους λόγους -στρογγυλοποιήσεις κ.λπ. …Σε γενικές γραμμές πάντως ακολουθούνται οι προτεινόμενες τιμές».

- Όσον αφορά στη σκοπιμότητα ύπαρξης τιμοκαταλόγων με προτεινόμενες τιμές, η Ελ. Καλλιοντζή δήλωσε ότι «Οι εταιρίες διανομής έχουν συμφέρον για λόγους διατήρησης του κύρους των προϊόντων να διατηρούν τις τιμές σε υψηλό επίπεδο. Οι τιμοκατάλογοι είναι έμμεσος τρόπος διασφάλισης της τιμής αυτής. Η εταιρεία πάντως δεν ακολουθεί πιστά τους τιμοκαταλόγους, αν και υπάρχει από τις εταιρίες διανομής κάποια πίεση να κρατηθούν οι τιμές και για να έχουν περιθώριο κέρδους οι εταιρείες λιανικής από τη λιανική και να μην πιέζουν τις τιμές χονδρικής».

Η.2.2 Έλεγχος τιμών Υπουργείου Ανάπτυξης

233) Στις αρχές του 2006, η Διεύθυνση Τιμών Βιομηχανικών Προϊόντων και Φαρμάκων του Υπουργείου Ανάπτυξης (νυν Υπουργείο Οικονομίας, Ανάπτυξης και Τουρισμού) διενήργησε έλεγχο στις χονδρεμπορικές εταιρίες NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ ΑΕΒΕ, LANCASTER GROUP HELLAS Ανώνυμη Εμπορική Εταιρία Καλλυντικών, PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS Α.Β.Ε.Ε., L’OREAL HELLAS Α.Ε., ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε., ESTEE LAUDER HELLAS Α.Ε., L’ OREAL PRODUITS DE LUXE HELLAS, και κατέληξε στις κάτωθι διαπιστώσεις[378]:

«1. Οι εισαγωγικές- παραγωγικές επιχειρήσεις στους τιμοκαταλόγους που εκδίδουν και κυκλοφορούν προς τους πελάτες τους (λιανοπωλητές), πέρα από τις χονδρικές τιμές, διαμορφώνουν και στήλη με προτεινόμενες τιμές λιανικής πώλησης.

2. Οι προτεινόμενες τιμές λιανικής πώλησης είναι ίδιες σε όλα τα καταστήματα.

3. Τα καταστήματα λιανικής πώλησης που ελέγχθηκαν [HONDOS, BEAUTY SHOP, SEPHORA] χορηγούν καθ’ όλη τη διάρκεια του έτους ενιαίες και ομοιόμορφες εκπτώσεις που ανέρχονται σε ποσοστό 30% επί των προτεινόμενων πιο πάνω λιανικών τιμών πώλησης. Κατά την περίοδο των επίσημων εκπτώσεων οι συνολικά χορηγούμενες εκπτώσεις ανέρχονται σε ποσοστό 50%-60% επί των προτεινόμενων λιανικών τιμών πώλησης.

[370] Ερ. 9 σχετ. ερωτηματολογίου.

[371] Έμφαση δίδεται από την ΕΑ.

[372] Ερ. 6 σχετ. ερωτηματολογίου.

[373] Κατά τη διάρκεια του ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας.

[374] Προσθήκη έμφασης.

[375] Απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας.

[376] Η υπογράμμιση γίνεται από την ΕΑ.

[377] Απαντώντας σε ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της SEPHORA (Σχετική εντολή ελέγχου με α.π. 3943/4.7.2006).

[378] Βλ. το ημ. υπ’ αριθμ. πρωτ. 2913/23.05.06 έγγραφο από τη Γενική Γραμματεία Εμπορίου του Υπουργείου Ανάπτυξης προς την ΕΑ, με το οποίο διαβιβάστηκε η από 27.3.2006 Έκθεση Ελέγχου της Διεύθυνσης Τιμών Βιομηχανικών Προϊόντων και Φαρμάκων.

4. Οι εισαγωγικές -παραγωγικές επιχειρήσεις… διαμορφώνουν και προτείνουν στα καταστήματα τις τιμές λιανικής πώλησης, με αποτέλεσμα τα περιθώρια μικτού κέρδους των λιανοπωλητών να καθορίζονται με τον τρόπο αυτό από τις προμηθεύτριες επιχειρήσεις.».

234) Αναλυτικότερα, η από 27.3.2006 έκθεση ελέγχου ως προς τις χορηγούμενες εκπτώσεις στα είδη επιλεκτικής από τα καταστήματα λιανικής αναγράφει:

- Τα καταστήματα λιανικής πώλησης HONDOS χορηγούν εκπτώσεις ύψους 30% όλο το χρόνο στα είδη επιλεκτικής και την περίοδο των εκπτώσεων χορηγούνται μεγαλύτερες εκπτώσεις που ανέρχονται έως και 60%. Το ποσοστό της έκπτωσης υπολογίζεται στην προτεινόμενη τιμή λιανική πώλησης και η τελική τιμή που πληρώνει ο καταναλωτής είναι η αναγραφόμενη στην αναρτημένη πινακίδα τιμή, μείον την έκπτωση 30% ή 50% ή 60%.

- Στα καταστήματα BEAUTY SHOP της Μαρινόπουλος Α.Ε. τα ποσοστά των εκπτώσεων (ύψους 30% ή 50% ή 60%) υπολογίζονται στην προτεινόμενη λιανική τιμή πώλησης από τις εταιρίες.

- Στα καταστήματα SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε.Ε. την περίοδο των εκπτώσεων, όταν και παρέχεται έκπτωση 50%, στις αναγραφόμενες τιμές λιανικής πώλησης στο ράφι, χορηγείται έκπτωση 28%. «Η έκπτωση του 28% μαζί με την έκπτωση 30% που έχει ήδη υπολογισθεί στην αναγραφόμενη τιμή στο ράφι είναι η συνολική έκπτωση του 50% που υπολογίζεται στην προτεινόμενη τιμή».

- Οι χορηγούμενες εκπτώσεις από τις εταιρίες στα καταστήματα λιανικής πώλησης σε είδη επιλεκτικής, είναι εκπτώσεις επί τιμολογίου και εκπτώσεις τζίρου. «Οι εκπτώσεις επί τιμολογίου κυμαίνονται από 5-10% και οι εκπτώσεις τζίρου από 10-20%».

235) Επίσης, από την εν λόγω έκθεση ελέγχου προκύπτει ο κάτωθι πίνακας ως προς τα μικτά και καθαρά κέρδη των εισαγωγικών (χονδρεμπορικών) εταιριών για το διάστημα του ελέγχου του 2006.

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	Μικτό κέρδος επί κόστους πωληθέντων	Μικτό Περιθώριο Κέρδους	Καθαρό Περιθώριο Κέρδους	Μικτό κέρδος (ενδεικτικά για ορισμένα προϊόντα)	Χορηγούμενες εκπτώσεις στα καταστήματα λιανικής
NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε.	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
LANCASTER GROUP HELLAS A.E.	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS A.B.E.E.	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
L’ OREAL HELLAS A.E.	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε.	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
ESTEE LAUDER HELLAS A.E.	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]
L’ OREAL PRODUITS DE LUXE HELLAS A.E.	[…]	[…]	[…]	[…]	[…]

236) Επιπλέον, από τιμοληψία καλλυντικών από συγκεκριμένα καταστήματα λιανικής πώλησης[379] για διαστήματα από 13.1.2006 έως 9.2.2006 περίπου και την 13.7.2006 που πραγματοποίησαν κλιμάκια του Υπουργείου Ανάπτυξης[380] προκύπτει ότι οι τιμές των καλλυντικών είναι όμοιες μεταξύ των καταστημάτων υπό το ίδιο εμπορικό σήμα, με αποκλίσεις σε ορισμένες περιπτώσεις μερικών λεπτών του ευρώ. Επίσης, μεταξύ των καταστημάτων διαφόρων εταιριών σε ορισμένα προϊόντα καταγράφηκαν αμελητέες διαφορές, ενώ σε ορισμένα άλλα προϊόντα οι διαφορές που καταγράφηκαν ανέρχονται έως και 2 ευρώ περίπου[381].

Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας αναφορικά με την κάθετη έκφανση της καρτελικής σύμπραξης των χονδρεμπόρων, όπως αυτή εκδηλώθηκε δια του άμεσου ή έμμεσου καθορισμού τιμής μεταπώλησης και με κατ’ επίφαση προτεινόμενες ή συνιστώμενες ή μέγιστες τιμές μεταπώλησης

237) Όπως έχει ήδη επισημανθεί ανωτέρω, αρχής γενομένης από το έτος 2001 και μετά, κατά την έρευνα της Υπηρεσίας τον Ιούλιο του 2006 είχαν ανευρεθεί διάσπαρτα στοιχεία (ιδίως, αλλά όχι μόνο, αποσπασματικά ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων μεταξύ χονδρεμπόρων και διανομέων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής) που καταδείκνυαν μία σαφή μορφή επιβολής οριοθέτησης είτε τιμής είτε εύρους τιμής λιανικής πώλησης, προβαλλόμενης ενίοτε είτε ως συνιστώμενης ή προτεινόμενης είτε ως μέγιστης/ανώτατης, φαινομενικά όμως διότι, όπως θα καταδειχθεί και στη συνέχεια της παρούσης απόφασης, de facto επρόκειτο για επιβαλλόμενη/καθοριζόμενη από την πλευρά των χονδρεμπόρων, η οποία επιβολή (έμμεση τουλάχιστον) ή καθορισμός με βάση το ατομικό μερίδιο εκάστου χονδρεμπόρου δεν μπορούσε να εξηγηθεί/αιτιολογηθεί επαρκώς με κανέναν άλλο τρόπο, παρά μόνο με βάση την ερμηνεία ότι αυτή η αποτελεσματική επιβολή οφειλόταν στην καρτελικού τύπου σύμπραξη που είχε προηγηθεί και ήταν ήδη τότε σε ισχύ μεταξύ των εμπλεκομένων στην παρούσα υπόθεση χονδρεμπόρων αποτελώντας

[379] NOTOS GALLERIES (Ερμού), SEPHORA (Πατησίων, Αιόλου), GALLERIE DE BEAUTE (Π. Φάληρο), HONDOS (Ομήρου, Ερμού)

[380] Βλ. την με α.π. 4371/18.7.2006 επιστολή του Γενικού Γραμματέα Εμπορίου.

[381] Ενδεικτικά: DIOR, Dune EDT 100 ml VP: GDB (89,59 ευρώ) HONDOS (87,76 ευρώ).

κάθετη έκφανση αυτής, σε αναπόσπαστη συνάρτηση με το γεγονός ότι οι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι (μολονότι έκαστος με μέτριο ή μικρό μερίδιο) όλοι πωλούσαν χονδρικώς πολύ ισχυρά σήματα, που ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι δεν θα έχει στα ράφια του, όπως επίσης ταυτόχρονα ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι θα «πάει κόντρα» στην καρτελικού τύπου σύμπραξη των χονδρεμπόρων των συγκεκριμένων σημάτων[382].

238) Ειδικότερα, υπογραμμίζονται τα εξής: Ως προς την τιμολογιακή πολιτική των εταιριών χονδρικής πώλησης καλλυντικών προϊόντων προς τους πελάτες τους - εταιρίες λιανικής, προκύπτει ότι για ορισμένα εμπορικά σήματα των υπό εξέταση καλλυντικών προϊόντων υπήρχαν τιμοκατάλογοι που όριζαν ρητά, πέραν των τιμών χονδρικής, τις λιανικές τιμές αυτών, τουλάχιστον από το 2001, ενώ υπήρχαν και συμφωνίες μεταξύ λιανεμπόρων και των προμηθευτών τους που αφορούν στον καθορισμό του περιθωρίου κέρδους των διανομέων. Οι τιμοκατάλογοι αυτοί καθώς και η σχετική επικοινωνία μεταξύ των εταιριών έχει ως εξής.

239) Έγγραφο, ανευρεθέν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, με τίτλο «ΤΜΗΜΑ ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΗΣ» στο οποίο αναγράφονται παρατηρήσεις σχετικά με λανσάρισμα νέων προϊόντων για το 2001[383]. Ειδικότερα, αναγράφεται, μεταξύ άλλων, ότι «Σε επίπεδο Margins & A/P υπάρχει συμφωνία με τους οίκους τους εξωτερικού (price structure).»

240) Έγγραφο ανευρεθέν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην CHRISTIAN DIOR με τίτλο «Pricing Policy for 2002 (Opt. 3)»[384], χωρίς ημερομηνία, στο οποίο αναγράφονται οι στόχοι της CHRISTIAN DIOR και τα ποσοστά ανατίμησης (mark up) των πελατών. Ειδικότερα, αναγράφονται, μεταξύ άλλων, μείωση των χονδρικών τιμών κατά 10% και εξετάζεται το σενάριο αύξησης του ποσοστού ανατίμησης των πελατών (από 2,1952 στο 2,4392 με παράλληλη μείωση της λιανικής τιμής κατά 5%). Ενδεικτικά, αναγράφονται τα περιθώρια κέρδους της HONDOS CENTER για την τριετία 2000 - 2002 (αντίστοιχα 28,96%, 29,36%, 36,42%, και επιπλέον 2ο σενάριο για το 2002 με μείωση 5% στη λιανική τιμή και 8% έκπτωση στο 31,53%), και για αυτό δεν παρασχέθηκαν εξηγήσεις, το γιατί δηλαδή η CHRISTIAN DIOR ασχολείται με τα περιθώρια κέρδους των επιχειρήσεων συμφερόντων Χόντου, τα οποία μάλιστα εμφανίζεται στην προκειμένη περίπτωση να γνωρίζει με μεγάλη ακρίβεια.

241) Έγγραφο ανευρεθέν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ίδια εταιρία, χωρίς ημερομηνία, το οποίο προσομοιάζει σε καταγραφή βασικών σημείων που αφορούν την τυχόν εφαρμογή της προαναφερθείσας τιμολογιακής πολιτικής της CHRISTIAN DIOR του 2002[385] (βλ. προηγ. παρ.) στο οποίο αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «[…] Όσο για τη μείωση των λιανικών τιμών, προβλέπεται ένα 10%, έχοντας πάντα υπόψη μας ότι: οι τιμές είναι ελεύθερες και κανείς δεν μας ρώτησε για να τις μειώσει 50% (στην πραγματικότητα 20% εφόσον η συνήθης έκπτωση καταναλωτή είναι – 30%)! Και ότι δεν προβλέπεται να χρηματοδοτήσουμε την έκπτωση. […] Δεν είμαστε σε θέση αυτή τη στιγμή να επωμιστούμε μία εναρμόνιση με το Euro την 1/1/2002 και πρέπει να υποστούμε το ρίσκο να πρέπει από τη μία ημέρα στην άλλη να κατεβάσουμε τις τιμές χονδρικής εάν το Sephora παράδειγμα, κάνει παραγγελίες κατευθείαν στα κεντρικά. Εξ άλλου μέσα στο δίκτυο διανομής υπάρχει πόλεμος για τις τιμές λιανικής που δεν πρέπει να «υποστηρίξουμε».[…]»

242) Σχέδια επιστολών ανευρεθέντα κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην CHRISTIAN DIOR, χωρίς ημερομηνία, (πιθανή ημερομηνία σύνταξης αρχές Σεπτεμβρίου 2001) από την CHRISTIAN DIOR προς τα καταστήματα λιανικής GALLERIE, PATISTAS, SPRING TIME, ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΠΕΖΑΣ Ι.), με τα οποία ενημερώνονται τα εν λόγω καταστήματα για το νέο τιμοκατάλογο της CHRISTIAN DIOR, ομοίου περιεχομένου[386]. Ειδικότερα, αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «…έχουμε μειώσει δραστικά τις τιμές 73 σημαντικών κωδικών […] Αντίστοιχα στις τιμές λιανικής οι μειώσεις φθάνουν έως 43%. Η εφαρμογή του τιμοκαταλόγου μας συνεπάγεται αύξηση του περιθωρίου κέρδους σας από το σημερινό 23,2% σε 39,02% για τους ανωτέρω 73 κωδικούς, ενώ για τους υπόλοιπους παραμένει το ίδιο. Οι 73 αυτοί κωδικοί αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο του 35% το συνολικού μας τζίρου οπότε και υπολογίζουμε μεσοσταθμικά την αύξηση του περιθωρίου σας βάσει του τιμοκαταλόγου κατά 6%.[…] Μέσα από αυτή τη διαδικασία επιτυγχάνουμε: 1. Εναρμόνιση των τιμών στο επιθυμητό ευρωπαϊκό επίπεδο. […]…».

243) Έγγραφο, μη φέρον ημερομηνία, ανευρεθέν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE[387], στο οποίο φαίνεται ο τρόπος καθορισμού του περιθωρίου κέρδους στα καλλυντικά προϊόντα επιλεκτικής διανομής, μέσα από τις συμφωνίες του ομίλου HONDOS CENTER με τους αντιπροσώπους/διανομείς ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM.

- Συγκεκριμένα, για τα προϊόντα, που προμηθεύεται ο όμιλος HONDOS CENTER από την εταιρία ΣΑΡΑΝΤΗΣ, η λιανική τιμή υπολογίζεται με προσαύξηση 90,4% της χονδρικής τιμής (Λ.Τ.=Χ.Τ.+90,4%), ενώ η μεταξύ τους συμφωνία προβλέπει εκπτώσεις 10% επί τιμολογίου και 14% με πιστωτικά σημειώματα ανά τρίμηνο.

[382] Βλέπε πολύ χαρακτηριστικά σελ. 22 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […], ο οποίος σε ερώτηση του Προέδρου της ΕΑ «αν ήταν ενιαίες οι εκπτώσεις […] όλο το προηγούμενο διάστημα, τα προηγούμενα χρόνια και τι ήταν», απαντά επί λέξει «Στις μάρκες ήτανε ίδιες.». Και όταν ο Πρόεδρος επανέρχεται ρωτώντας αυτόν αν θεωρεί αυτό το γεγονός συμπτωματικό, αυτός επί λέξει απαντά «Νομίζω ότι ήταν μία πρακτική των λιανεμπόρων, στην οποία εμείς δεν είχαμε άποψη, να το πω έτσι.».

[383] Δεν αναγράφεται ημερομηνία στο εν λόγω έγγραφο, αλλά από τα αναγραφόμενα προκύπτει ότι αφορά στο έτος 2001. (βλ. υπ’ αρ. 1 στοιχείο ληφθέντος κατά τον έλεγχο της 24.1.2008 στο γραφείο του […][…]– Διευθυντής Πωλήσεων Καλλυντικών Επιλεκτικής στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ).

[384] Υπ’ αρ. 4 και 22 έγγραφα ληφθέντος κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […] – Δ/ντής Πωλήσεων της CHRISTIAN DIOR. Πρωτότυπο στην αγγλική.

[385] Ό.π. (υπ’ αρ. 21 έγγραφο).

[386] Με διαφοροποίηση μόνο στο ποσοστό της επιπλέον έκπτωσης, βάσει των υπαρχουσών συμφωνιών (Βλ. υπ’ αρ. 15-20 ληφθέντα έγγραφα κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […] στην CHRISTIAN DIOR).

[387] Βλ. έγγραφο υπ’ αρ. 1 από τον έλεγχο της 5.7.2006 στην αίθουσα συνεδρίων στην ROGE.

- Για τα προϊόντα που προμηθεύεται ο όμιλος HONDOS CENTER από την NOTOS COM, η λιανική τιμή υπολογίζεται ως η χονδρική τιμή προσαυξημένη προς 102,3% (Λ.Τ.=Χ.Τ.+102,3%) σε όλα τα καλλυντικά εκτός της CLARINS, ενώ η μεταξύ τους συμφωνία προβλέπει εκπτώσεις 8+5% επί τιμολογίου και 3% με πιστωτικά σημειώματα.

244) Τηλεομοιοτυπία, ανευρεθείσα κατά τον επιτόπιο έλεγχο στη ROGE, με ημερομηνία 8.5.2003, αποσταλείσα από τον […] (Δ/νση Πωλήσεων ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ) προς την […] (Δ/ντρια Marketing HONDOS CENTER) με τους νέους τιμοκαταλόγους (μόνο) χονδρικών τιμών για τα αρωματικά προϊόντα Gucci Parfums, Trussardi, Calvin Klein, Cerruti, Lagerfeld, Valentino, Chevignon της πρώτης, που θα ισχύουν από 1.6.2003[388].

245) Τηλεομοιοτυπία που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, με ημερομηνία 8.9.2003, του τιμοκαταλόγου των προϊόντων 4711, TOSCA, VIVA DI TOSCA, IRISH MOOS και YARDLEY αποσταλείσα από την ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ προς την […] (ROGE - HONDOS)[389], στην οποία αναγράφεται με στυλό «ΝΕΕΣ ΤΙΜΕΣ». Στον εν λόγω τιμοκατάλογο αναγράφονται 2 στήλες με τίτλο «ΤΙΜΗ ΧΡΕΩΣΗΣ, ΠΡΟΤΕΙΝΟΜΕΝΗ ΤΙΜΗ ΡΑΦΙΟΥ (ΜΕ ΦΠΑ)».

246) Ηλεκτρονικό μήνυμα που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην DIOR, από την […] (SEPHORA) στους […] και […] Ι. (DIOR) με ημερομηνία 28.11.2003 και θέμα «ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΙΜΩΝ» στο οποίο επισυνάπτεται αρχείο όπου αναγράφεται: «

… FACSIMILE TRANSMITTAL SHEET

To: κο […] Cc: κα […]	From: […]
FAX NUMBER: 210 8111502	Date: 28-11-2003
COMPANY: DIORFIL	COMPANY: SEPHORA MARINOPOULOS AEE
PHONE NUMBER: 210 8111500	cc: κ. […]

ΕΠΕΙΓΟΝ

Re: ΠΡΟΒΛΗΜΑ ΤΙΜΩΝ	TOTAL NO. OF PAGES INCLUDING COVER: - 1 -

Αγαπητοί συνεργάτες,

Με την παρούσα επιστολή σας ενημερώνουμε ότι έχει παρουσιαστεί σε αρκετές περιοχές (όπως Πειραιάς, Πατησίων, Αιγάλεω κ.λπ.) το εξής φαινόμενο:

Στην Mascara Diorshow (και στα τρία χρώματα) η οποία είναι και ο καλλίτερος κωδικός στην κατηγορία αυτή, όπως γνωρίζετε η τελική λιανική είναι € 28,5. Δυστυχώς ο ανταγωνιστής μας δεν ακολουθεί αυτή την πολιτική λιανικής και διαθέτει το προϊόν στην τιμή των € 22,5. Τέτοιοι μέθοδοι κλεφτοπόλεμου δεν αρμόζουν στην καταναλωτική αγορά του 2004 και δεν πρόκειται να επιτρέψουμε την παρουσία τέτοιων φαινομένων, όπως οφείλεται άλλωστε να κάνετε και εσείς από πλευράς σας.

Έως ότου επανέλθει η ισορροπία τιμών στα σωστά επίπεδα, σας ενημερώνουμε ότι έχουμε διαμορφώσει την τιμή μας όχι μόνο σε αυτούς τους κωδικούς σε χαμηλότερα επίπεδα προκαλώντας έτσι όποιον νομίζει ότι μπορεί να χρησιμοποιεί τέτοιες μεθόδους.

Όπως καταλαβαίνετε ότι η απώλεια κερδών μας θα απαιτηθεί στο ακέραιο.

Είμαστε βέβαιοι ότι θα αντιδράσετε δεόντως.

Με εκτίμηση

[…]».[390]

247) Επιστολή που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ESTEE LAUDER, με ημερομηνία 27.2.2004 από την […] (SEPHORA) προς τον […] (ESTEE LAUDER)[391] στην οποία καταγράφονται οι όροι της αποκλειστικής συνεργασίας των εν λόγω εταιριών για το εμπορικό σήμα STILA που θα ισχύουν για το 2004, τα προϊόντα του οποίου θα πωλούνται στη λιανική αποκλειστικά στα καταστήματα BEAUTY SHOP/SEPHORA για πέντε (5) έτη, δηλαδή έως και το 2008. Στην εν λόγω επιστολή αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «Σε συνέχεια των συζητήσεων μας όσον αφορά στην συνέχεια της αποκλειστικής συνεργασίας… Τιμολογιακή πολιτική & Λιανική τιμή Η χονδρική καθώς και η λιανική τιμή ορίζεται από τον τιμοκατάλογο της Stila. Η Stila επιβεβαιώνει ότι ο εκάστοτε τιμοκατάλογος είναι μοναδικός και για οποιαδήποτε αλλαγή ανατιμήσεως ή υποτιμήσεως θα μας ενημερώνει έγκαιρα ώστε να διαμορφώνονται αντίστοιχα

[388] Ηλεκτρονικά αρχεία. Το ίδιο απεστάλει με τηλεομοιοτυπία και την 2.6.2003 με τη χειρόγραφη σημείωση «Ανατίμηση ισχύει για ότι είναι με πιο σκούρα νούμερα».

[389] Κατά τον έλεγχο της 5.7.2006 στα γραφεία της ROGE.

[390] Βρέθηκε στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του […].

[391] Εμπορικός Δ/ντής για τα σήματα MAESTILA-CDLM, ARAMIS-BOBBI BROWN, JO MALONE. Η εν λόγω επιστολή κοινοποιήθηκε στους […]. (Βλ. έγγραφο υπ’ αρ. 2 από τον έλεγχο της 5.7.2006 στο γραφείο του […].).

οι τιμές. Η οποιαδήποτε αλλαγή θα μας γνωστοποιείται μέσα σε διάστημα ενός μήνα και όχι λιγότερο από 20 ημέρες ώστε να μας δίδεται το απαιτούμενο χρονικό περιθώριο διαμόρφωσης τιμών. …Η εταιρία της Sephora Marinopoulos S.A. δεσμεύεται να διατηρεί τις λιανικές τιμές σύμφωνα με τις fixed τιμές που ορίζει η Stila και η οποιαδήποτε αλλαγή …θα γίνεται εις γνώσιν της Stila και με συνεργασία αυτής».

248) Ακολουθία εσωτερικών ηλεκτρονικών ταχυδρομείων που βρέθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ESTEE LAUDER[392], της 7.5.2004 και 10.5.2004 μεταξύ των […] (ESTEE LAUDER) προς τους […],[…],[…] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) με θέμα τιμοκαταλόγους. Ειδικότερα, στο από 7.5.2004 ηλ. ταχυδρομείο η […] γράφει «Σας παρακαλώ πολύ, να μου στείλετε με e-mail τους τιμοκαταλόγους μας με Τ.Λ.Τ. Ζητήθηκαν από την ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ. Εάν δεν υπάρχουν Τ.Λ.Τ. ας είναι χονδρικές τιμές. Ο υπολογισμός είναι +60% -30%, σωστά;..». Σε απάντηση αυτού την ίδια ημέρα, ο […] γράφει «Ο υπολογισμός από χονδρική τιμή είναι (+60%+18%)-30%=*1,3216». Στη συνέχεια, την 10.5.2004, ο […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) απαντά στην […] αποστέλλοντας συνημμένο αρχείο με όνομα «Clinique pricelist 2004.xls» στο οποίο περιέχονται τιμοκατάλογοι του Σεπτεμβρίου 2003 και του Απριλίου 2004 και στήλες με τίτλο «ΝΕΑ Χονδρική Τιμή χωρίς ΦΠΑ, Νέα τελική λιανική τιμή με …% ΦΠΑ».

249) Ακολουθία ηλεκτρονικών ταχυδρομείων, που λήφθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ, από 10.11.2004 - 9.12.2004 μεταξύ των […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) και συνεργατών της P&G ([…])[393] με θέμα «BOSS Sephora Margins», με το οποίο συζητείται το χαμηλότερο περιθώριο κέρδους της Beauty Shop Sephora στο εμπορικό σήμα BOSS στην Ελλάδα έναντι του αντίστοιχου στο εξωτερικό και ειδικά στη Γαλλία, κατόπιν συνάντησης του ιδίου με την […] (Beauty Shop). Ειδικότερα, αναφέρεται, μεταξύ άλλων, ότι η εν λόγω διαφορά στο περιθώριο κέρδους πιθανό να οδηγήσει σε εισαγωγές από Γαλλία ή άλλη χώρα και θα πρέπει η ΣΑΡΑΝΤΗΣ να λάβει υπόψη τις συνέπειες αυτού.

250) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ, της 10.11.2004 από τον […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) προς διάφορα στελέχη των εταιριών ESTEE LAUDER και CLINIQUE, [394] με θέμα «Συνομιλία με […]», με το οποίο ενημερώνει για τη συζήτηση αναφορικά με το ύψος των αγορών της SEPHORA. Επίσης, αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «…Ανέφερε [ενν. […] με έμφαση ότι οι ξένοι[395] που είχαν, δεν τους επιτρέπουν επουδενί τη συνέχιση των ενεργειών εκπτώσεων. Σύγκρινε το ποσοστό κέρδους του Sephora με το υψηλό ποσοστό κέρδους των προμηθευτών. Μου σύγκρινε ειδικά για το Boss ότι έχει περιθώριο 27% ενώ οι ξένοι έχουν 48,9%. Μου ανέφερε επίσης την Clinique για την οποία τα Sephora στο εξωτερικό δείχνουν μια μεγάλη αύξηση πωλήσεων αλλά και από την οποία παίρνουν ένα υψηλότερο margin. Ανέφερε χαρακτηριστικά ότι τους είπαν «αν δεν μπορείτε να φέρετε τα ποσοστά που έχουμε στο εξωτερικό είσαστε ηλίθιοι και θα τα φέρουμε εμείς». Υποστήριξε ότι θα ενισχύει στο μέλλον τις μάρκες που θα τις δίνουν μεγαλύτερο περιθώριο. […] Αυτά που πρέπει να μείνουν από την κουβέντα είναι: […] Β) δεν θα κάνουν εκπτώσεις και Γ) θα μας πιέσουν για υψηλότερο margin.»[396]

251) Ακολουθία ηλεκτρονικών ταχυδρομείων που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, μεταξύ της […] (Brand Manager NOTOS Com Holdings) και της […] (ROGE)[397], με ημερομηνία 1 και 2.3.2005 και θέμα το νέο τιμοκατάλογο που θα ισχύει από 1.4.2005 για τα προϊόντα KENZO - KENZOKI, ο οποίος αποστέλλεται συνημμένος. Μεταξύ άλλων στα εν λόγω ηλ. ταχυδρομεία αναγράφεται «….σε συνέχεια της τηλεφωνικής μας επικοινωνίας ….Παρακαλώ όπως μου το ξαναστείλετε ώστε να το προωθήσω στα κατ/τα». Ο συνημμένος τιμοκατάλογος έχει χονδρικές τιμές και προτεινόμενες λιανικές.

252) Εσωτερική επιστολή που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ESTEE LAUDER, με ημερομηνία 21.3.2005 από τον […] (Δ/ντής Marketing ARAMIS-ESTEE LAUDER) προς διάφορους συνεργάτες[398] στην οποία αναγράφεται «Ακολουθεί ο ΝΕΟΣ τιμοκατάλογος στα προϊόντα Aramis and Designer Fragnances. Ο νέος τιμοκατάλογος έχει ισχύ από 18 Απριλίου 2005, ως εκ τούτου ο πελάτης μπορεί να αγοράσει στις ισχύουσες τιμές μέχρι και τις αποστολές της Παρασκευής 15 Απριλίου. Παρακαλώ για την ενημέρωση της αγοράς, με στόχο την έγκαιρη εφαρμογή του ΝΕΟΥ τιμοκαταλόγου στην κατανάλωση την Δευτέρα 18 Απριλίου». Στην εν λόγω επιστολή επισυνάπτεται ο αναφερόμενος τιμοκατάλογος με τους κωδικούς των προϊόντων που αφορά, φέρων στήλες με τίτλους «Χονδρική τιμή χωρίς ΦΠΑ, Τελική Λιανική Τιμή με ΦΠΑ, Νέα Χονδρική τιμή χωρίς ΦΠΑ και ΝΕΑ Τελική Λιανική Τιμή με ΦΠΑ».

253) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ESTEE LAUDER[399] της 31.3.2005 από την […] (Marketing Manager - MAC) προς τις […],[…],[…] (καταστήματα MAC), και κοινοποίηση μεταξύ άλλων και στον […] (ESTEE LAUDER) με θέμα «Νέος τιμοκατάλογος MAC - Ισχύει από αύριο 1η Απριλίου 2005», στο οποίο αναφέρεται: «Σας στέλνω το νέο τιμοκατάλογο MAC που θα ισχύει από αύριο 1/4/05 σε όλα μας τα καταστήματα […] Παρακαλώ πολύ να απομακρύνετε από τους πάγκους σας τα plexiglass με τις παλιές τιμές. Θα σας στείλουμε την ερχόμενη εβδομάδα τα χαρτιά με τις ανανεωμένες.» Το εν λόγω ταχυδρομείο προωθήθηκε την 1.4.2005 από την ίδια προς διάφορους πελάτες (ενδεικτικά […]- κατάστημα καλλυντικών στην Πάτρα), με το ίδιο θέμα και αναγράφοντας «Σε συνέχεια της παρακάτω

[392] Στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο της […] (ESTEE LAUDER).

[393] Υπ’ αρ. 4 στοιχείο ληφθέντος κατά τον έλεγχο της 24.1.2008 στο γραφείο της […] στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Πρωτότυπο στην αγγλική.

[394] Υπ’ αρ. 6 στοιχείο ληφθέντος κατά τον έλεγχο της 24.1.2008 στο γραφείο της […] στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Πρωτότυπο στην αγγλική.

[395] Εννοεί συνεργάτες από τη Γαλλία που είχαν έρθει στην Ελλάδα για να οργανώσουν το πλάνο του έτους 2005 (βλ. την από 10.11.2004 ηλ. επιστολή του […] προς συνεργάτες της […]).

[396] Προσθήκη έμφασης.

[397] Στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο της […].

[398] Προς τους: […] και Κοινοποίηση στους […] (στελέχη της ESTEE LAUDER). Βλ. έγγραφο υπ’ αρ. 3 από τον έλεγχο της 5.7.2006 στο γραφείο του […] της ESTEE LAUDER.

[399] Στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του […].

αλλαγής στις τιμές του MAC, θα ήθελα να σας ενημερώσω ότι οι ανατιμήσεις που έγιναν σε ορισμένα προϊόντα οφείλεται στην εναρμόνιση τιμών των προϊόντων μας με την υπόλοιπη Ευρώπη. Αυτή θα πρέπει να είναι και η επικοινωνία σας με τους πελάτες σε περίπτωση που ερωτηθείτε.».

254) Τιμοκατάλογος προϊόντων Clinique Απριλίου 2005, βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ESTEE LAUDER, όπου αναγράφονται νέες χονδρικές τιμές, νέες προτεινόμενες αρχικές λιανικές τιμές και νέες προτεινόμενες τελικές λιανικές τιμές (με έκπτωση 30%)[400].

255) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ESTEE LAUDER, της 1.4.2005 από την […] (MAC Cosmetics) προς την ηλεκτρονική δ/νση hcgr@otenet.gr (ROGE) και κοινοποίηση στους […] (ESTEE LAUDER) με θέμα «RE: Νέος τιμοκατάλογος MAC - Ισχύει από 1 Απριλίου 2004 [2005]»[401], όπου αναγράφεται: «… […] [(ROGE] Σας στέλνω το αρχείο με τον νέο τιμοκατάλογο Mac που θα ισχύει από αύριο 1/4/05. Το αρχείο περιλαμβάνει Κωδικό/ Περιγραφή/ Barcode /Νέα Λιανική Χωρίς Φ.Π.Α. 19%/ Νέα Τελική Λιανική με Φ.Π.Α. 19%. Παρακαλώ πολύ φροντίστε ώστε να αλλάξουν οι τιμές σε όλα τα καταστήματα Hondos Centre, το αργότερο μέχρι τη Δευτέρα 04 Απριλίου Το αρχειο αυτο εχει ηδη σταλει στα καταστηματα: Θεσσαλονικη Μητροπολεως Κρητη Πατησιων […] Ευχαριστώ […]»[402]. Επισυναπτόμενος είναι ο τιμοκατάλογος της MAC με δύο στήλες και τίτλους «ΝΕΑ ΤΕΛΙΚΗ ΛΙΑΝΙΚΗ ΜΕ ΦΠΑ 19%, ΝΕΑ ΤΕΛΙΚΗ ΛΙΑΝΙΚΗ ΧΩΡΙΣ ΦΠΑ 19%» και ισχύ από 1.4.2005.

256) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από την […] (LANCASTER) προς το Τμήμα Marketing της HONDOS (το έλαβε η […]), με ημερομηνία 5.4.2005 και τίτλο «Τιμοκατάλογος με ΦΠΑ 19%», στο οποίο αναγράφεται ότι «…Οι νέες λιανικές τιμές ισχύουν από 1η Απριλίου 2005.»

257) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από την […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) προς την […] (ROGE), με ημερομηνία 5.4.2005 και τίτλο «ΝΕΕΣ ΤΙΜΕΣ ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗ ΜΕ ΤΟ ΝΕΟ ΦΠΑ/ […]», στο οποίο αναγράφεται ότι «…επισυνάπτω αρχεία των νέων τιμών της Γρ. Σαράντης …όπως θα δεις υπάρχει Νέα Χονδρική, Νέα Τελική[403] και Νέα Αναγραφόμενη Τιμή ανά είδος…. ισχύουν από 6 Απριλίου 2005...». Σημειωτέον ότι η ΣΑΡΑΝΤΗΣ έχει μικρό μερίδιο αγοράς. Εντούτοις, παρά το μικρό της μέγεθος, εμφανίζεται στο συγκεκριμένο μέιλ να καθορίζει την τελική τιμή μεταπώλησης από τη ROGE, η οποία μάλιστα ισχύσει από δήλη μέρα, ήτοι από 6 Απριλίου 2005.

258) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από τον […] (ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ) προς την […] (ROGE), με ημερομηνία 6.4.2005, στο οποίο αναγράφεται «σας στέλνω τιμοκαταλόγους με προτεινόμενη τελική λιανική και προτεινόμενη αναγραφόμενη …». Σημειωτέον ότι η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ δεν έχει μεγάλο μερίδιο αγοράς. Εντούτοις, παρά το μικρομεσαίο της μέγεθος, εμφανίζεται στο συγκεκριμένο μέιλ να καθορίζει την τελική τιμή μεταπώλησης από τη ROGE.

259) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από την […] (NOTOS COM) προς την […] (ROGE), με ημερομηνία 7.4.2005 και θέμα «Τιμοκατάλογος CHANEL 19% ΦΠΑ), στο οποίο αναγράφεται «σας αποστέλλω συνημμένα τιμοκατάλογο με τις νέες προτεινόμενες λιανικές τιμές για την μάρκα CHANEL».

260) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE από τον […] (ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ) προς την […] (ROGE), με ημερομηνία 19.4.2005, στο οποίο αναγράφεται «επισυνάπτω αρχείο με προτεινόμενες λιανικές (τελικές και αναγραφόμενες) …».

261) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από τον […] (NOTOS COM) προς την […] (ROGE), με ημερομηνία 9.6.2005 και θέμα «ανατίμηση SISLEY», στο οποίο αναγράφεται «επισυνάπτω τιμοκατάλογο με νέες τιμές των προϊόντων SISLEY. Η ανατίμηση είναι της τάξεως του 3%. Οι νέες τιμές θα ισχύσουν από Δευτέρα 11/07/2005.[….] σε παρακαλώ να ενημερώσεις όλα τα καταστήματα της αλυσίδας HONDOS CENTER.» Επισυνάπτεται τιμοκατάλογος προϊόντων της SISLEY Ιουλίου 2005 με στήλες Χ.Τ και Π.Λ.Τ.

262) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από την […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) προς την […] (ROGE), με ημερομηνία 5.9.2005 και τίτλο «ΑΝΑΤΙΜΗΣΗ ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΟΚΤΩΒΡΙΟΣ 2005 / […]», στο οποίο αναγράφεται ότι «…σου επισυνάπτω τους τιμοκαταλόγους της Γρ. Σαράντης έτσι όπως αυτοί θα διαμορφωθούν από 1 Οκτωβρίου 2005. Στο ίδιο φύλλο της κάθε μάρκας έχετε τη δυνατότητα να δείτε ποιες είναι τώρα οι τιμές μας (παλιά χονδρική, παλιά τελική τιμή) καθώς επίσης και το ποσοστό ανατίμησης ανά κωδικό και μάρκα.»

263) Ακολουθία ηλεκτρονικών ταχυδρομείων ανευρεθείσα κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ESTEE LAUDER[404] μεταξύ της […] (MAC) και του […] (ESTEE LAUDER) με ημερομηνίες 6.9.2005 - 15.9.2005 με θέμα «Τιμή αγοράς ESTEE LAUDER HELLAS προϊόντων MAC», στο πρώτο εκ των οποίων αναγράφεται «..να μου στείλεις ένα αρχείο με την τελευταία τιμή αγοράς ESTEE LAUDER HELLAS και τον τιμοκατάλογο πώλησης για όλα τα προϊόντα της MAC.»

264) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που βρέθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από την […] (Τμήμα Επιλεκτικής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ) προς την […] (ROGE) με ημερομηνία 21.9.2005, στο οποίο αναγράφεται «Σχετικά με τον κωδικό 454135128 οι τιμές είναι οι εξής Χονδρική τιμή …Αναγραφόμενη τιμή …Τελική Λιανική ….».

265) Ετήσιοι τιμοκατάλογοι της LALIQUE για την περίοδο 2003 - 2007[405], που λήφθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στον κάθε ένα από τους οποίους

[400] Υπ’ αρ. 2 στοιχείο ληφθέν κατά τον από 5.7.2006 έλεγχο στο γραφείο του […] (ESTEE LAUDER).

[401] Ηλεκτρονικά αρχεία.

[402] Προσθήκη έμφασης.

[403] Έμφαση δίδεται από ΕΑ.

[404] Στο ηλεκτρονικό ταχυδρομείο του […].

[405] Οι περισσότεροι τιμοκατάλογοι απευθύνονται στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ ως πελάτης της LALIQUE. Βλ. υπ’ αρ. 5 -11 και 13-15, 17, 25 στοιχεία από τον έλεγχο της 24.1.2008 στο γραφείο της […] στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ.

υπάρχει στήλη με σαφή παράθεση των λιανικών τιμών των προϊόντων της εταιρίας. Η εν λόγω στήλη, ανάλογα το έτος, τιτλοφορείται μόνο με στήλες λιανικών τιμών ως, ενδεικτικά, «New Retail Price 2003» ή «Retail Prices» ή «Νέα Τ.Λ. ΤΙΜΗ 2003»κ.α.

266) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο ανευρεθέν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, προωθημένο και απεσταλμένο την 23.5.2006 από την […] (ROGE -HONDOS) προς την […] (ROGE -HONDOS)[406] με θέμα «FW: Νέος τιμοκατάλογος DIOR», στο οποίο το αρχικό μήνυμα που προωθείται έχει αποσταλεί την ίδια μέρα από την […]. Συνημμένα βρέθηκε νέος τιμοκατάλογος CHRISTIAN DIOR (την 15/05/06) με ισχύ από 13 Ιουνίου 2006. Στο διαβιβαστικό αναφέρεται ότι η μεσοσταθμική αύξηση είναι περίπου 2,7%, ενώ ο νέος τιμοκατάλογος ακυρώνει οποιοδήποτε άλλο προηγούμενο.

267) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο, που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ, από την […] (SEPHORA) προς τους […],[…][407], […] (ESTEE LAUDER)[408], με ημερομηνία 2.6.2006 και θέμα «ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ 2006», στο οποίο επισυνάπτεται σχετική επιστολή για τη στρατηγική στα καταστήματα SEPHORA. Ειδικότερα, αναγράφεται μεταξύ άλλων, ότι «…Η στρατηγική αυτή αφορά την εμπορική προσφορά, την πολιτική τιμών, την πολιτική των αισθητικών, το merchandising, τα Logistics, την πολιτική των animation και in store promotion. Σε όλα τα παραπάνω η Sephora θα επιβαρυνθεί το κόστος και ζητήσαμε τη συμβολή σας στα περιθώρια κέρδους, ύψους αντίστοιχου των Ευρωπαϊκών δεδομένων, όπως ήδη αυτά ισχύουν. Επειδή τα χρονικά περιθώρια πιέζουν λόγω και του ανοίγματος SEPHORA Κηφισιάς, το οποίο θα χρησιμοποιηθεί ως benchmarking για το σύνολο των καταστημάτων, παρακαλούμε για την άμεση γραπτή ανταπόκρισή σας για καθαρό περιθώριο κέρδους minimum 50, όπως αυτό αναλύθηκε στην τελευταία μας συνάντηση, το αργότερο εντός της επόμενης εβδομάδας.» Σε απάντηση του μηνύματος αυτού, βρέθηκε στην CHRISTIAN DIOR σχέδιο επιστολής της CHRISTIAN DIOR προς τη SEPHORA[409], στο οποίο αναγράφεται, μεταξύ άλλων, ότι η απόδοση του νέου περιθωρίου θα ισχύει «μόνο εφόσον η νέα δομή λειτουργίας των καταστημάτων (χωρίς αισθητικούς των εταιριών διανομής) δεν διαταραχθεί. Δηλαδή εάν υπάρξει άρση του νέου σχήματος και επιστροφή στο παλαιό καθεστώς, θα υπάρξει ταυτόχρονη επιστροφή στο σημερινό περιθώριο κέρδους». Για τις αισθητικούς Dior που θα μεταφερθούν στη μισθοδοσία της SEPHORA θα συμφωνηθεί ελάχιστος χρονικός ορίζοντας εξασφάλισης της απασχόλησής τους. Επίσης, «3. Για να αποδοθεί το νέο περιθώριο θα πρέπει απαραιτήτως να συμφωνηθούν και οι υπόλοιποι βασικοί προμηθευτές, δηλ. Estée Lauder Hellas, P.L.H., Lancaster Hellas, YVES Saint Laurent, Chanel, Clarins και La Prairie. Μονομερής δέσμευση καταλαβαίνετε ότι δεν μπορεί να υπάρξει».

268) Ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που βρέθηκε κατά τους επιτόπιους ελέγχους στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ και στην SEPHORA MARINOPOULOS, της 8.6.2006 από τον […] (ESTEE LAUDER) προς την […] (SEPHORA)[410] με θέμα «RE: ΕΜΠΟΡΙΚΗ ΣΥΜΦΩΝΙΑ 2006», σε απάντηση του από 2.6.2006 ηλεκτρονικού ταχυδρομείου στο οποίο αναγράφεται: «Όσον αφορά το (μόνο διατυπωμένο με συγκεκριμένο τρόπο) αίτημά σας για «καθαρό περιθώριο κέρδους minimum 50» πιστεύουμε πως αντιλαμβάνεστε ότι δεν είναι δυνατόν να αποτελούμε μέρος οποιαδήποτε συμφωνίας κατατείνει στην διαμόρφωση του περιθωρίου κέρδους, άρα και λιανικής τιμής των προϊόντων. Η λιανική τιμή διαμορφώνεται ελεύθερα από τους λιανοπωλητές όπως εσείς, ενώ η πλευρά μας μπορεί να διαπραγματευτεί μόνο όρους εμπορικής συνεργασίας. …». Διευκρινίζεται ότι η συγκεκριμένη απάντηση δόθηκε μετά την ανταλλαγή εξωδίκων τους πρώτους μήνες του 2006.

269) Επιστολή που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην L’OREAL, από τον […] (Διοικητικός Δ/ντής της ΑΤΤΙΚΑ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ) προς τον Εμπορικό Διευθυντή της L’OREAL με ημερομηνία 3.7.2006[411] και θέμα τις νέες διατάξεις του Υπουργείου Ανάπτυξης αναφορικά με τον τρόπο εμφάνισης των τιμών στις ετικέτες των προϊόντων, στην οποία αναγράφεται, μεταξύ άλλων, «[…] θα πρέπει στο αρχείο..που μας στέλνετε για τις παραδόσεις …να βάζετε την προτεινόμενη αρχική λιανική σας (+ΦΠΑ)».

270) Τιμοκατάλογοι, που στάλθηκαν από τη ROGE, διαφόρων εταιριών για το έτος 2006, στους περισσότερους των οποίων αναγράφεται στήλη με τίτλο «Προτεινόμενη λιανική τιμή»[412].

271) Τιμοκατάλογος της CHRISTIAN DIOR α) του Ιουνίου 2006 με προτεινόμενες λιανικές τιμές, β) του Ιουλίου 2005 με προτεινόμενες τιμές και τελικές τιμές[413].

272) Πίνακες τρόπου υπολογισμού της λιανικής τιμής με τίτλους «Hondos Center διαμόρφωση τιμών», «Beauty Shop διαμόρφωση τιμών», «Galerie De Beaute», «New Scheme of customer’s discounts»[414] και διαφορετικά σενάρια ως προς το ύψος του περιθωρίου κέρδους ανά πελάτη λιανικής (ενδεικτικά Hondos 31,66%, Beauty Shop

[406] Υπ’ αρ. 1 στοιχείο κατά τον έλεγχο της 5.7.2006 στην ROGE.

[407] Εμπορική Διευθύντρια (Clinique).

[408] Υπ’ αρ. 5 εγγράφου ληφθέντος κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της υπεύθυνης προμηθειών στην εταιρία SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ.

[409] Υπ’ αρ. 3 ληφθέν κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο της […] - Γενική διευθύντρια στην CHRISTIAN DIOR.

[410] Υπ’ αρ. 6 στοιχείο ληφθέντος κατά τον έλεγχο της 24.1.2008 στο γραφείο της γραμματέως του […] στην ΣΑΡΑΝΤΗΣ και ως υπ’ αρ. 8 στοιχείο ληφθέντος κατά τον έλεγχο της 12.7.2006 στο γραφείο της υπεύθυνης προμηθειών της SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ.

[411] Υπ’ αρ. 2 στοιχείο ληφθέντος κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στην L’OREAL.

[412] Ενδεικτικά οι εταιρίες DIOR (6/2006) ESTEE LAUDER (2/2006), YVES SAINT LAURENT (2/2006), FENDI (2/2006), CHANEL κ.α. Απεστάλησαν από τη ROGE σε συνέχεια του από 5.7.2006 επιτόπιου ελέγχου στην εταιρία. (Βλ. σχετικά συνημμένα στην υπ’ αριθμ. 4332/18.7.2006 επιστολή).

[413] Υπ’ αρ. 2 και 3 στοιχεία ληφθέντα κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […] (Δ/ντής Πωλήσεων στην CHRISTIAN DIOR).

[414] Υπ’ αρ. 2 και 22 στοιχεία ληφθέντα κατά τον επιτόπιο έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […] – Οικονομικός και Διοικητικός Διευθυντής της CHRISTIAN DIOR. Δεν αναγράφεται ημερομηνία, πλην του τελευταίου πίνακα που αφορά τις μεταβολές του έτους 2001 έναντι του 2000.

30,88%, Galerie De Beaute 30,34%), οι οποίοι λήφθηκαν κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην CHRISTIAN DIOR.

273) Επιστολή που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην CHRISTIAN DIOR, με ημερομηνία 23.6.2006 της ΑΤΤΙΚΑ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Α.Ε. προς όλους τους προμηθευτές της (συμπεριλαμβανομένης της CHRISTIAN DIOR) με θέμα «Προετοιμασία για περίοδο εκπτώσεων»[415], στην οποία, εν όψει των θερινών εκπτώσεων 2006, τους παρακαλεί να στείλουν το αργότερο έως 11.7.2006 (έναρξη εκπτώσεων την 17.7.2006) τα προτεινόμενα ποσοστά εκπτώσεων που θα ισχύουν για την εκπτωτική περίοδο, προκειμένου να γίνει έγκαιρα η καταχώρησή τους στο σύστημα μηχανογράφησης της εταιρίας.

274) Επίσης, βρέθηκε πλήθος ηλεκτρονικών ταχυδρομείων από την […] (Υπεύθυνη Μάρκετινγκ του ομίλου HONDOS)[416] στην […] (ROGE) με τα οποία προωθούνται τα e-mail διαφόρων προμηθευτών στα οποία ορίζονται λιανικές τιμές προϊόντων[417]. Ειδικότερα:

- Με ημερομηνία 1.11.2005 και θέμα «Fw: ΝΕΑ ΕΙΔΗ ΓΡ ΣΑΡΑΝΤΗΣ / […] ΝΕΑ L’OREAL» προωθείται το από 31.10.2005 ηλ/ μήνυμα από την […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) προς τις δ/νσεις voula@beautyshop.gr, hcgr@otenet.gr, […]@beautyshop.gr, buyer@notosgalleries.gr και ssgalerie@teledomenet.gr με το ίδιο θέμα, στο οποίο προωθημένο μήνυμα αναγράφεται «Αγαπητοί Συνεργάτες, Επισυνάπτονται τα είδη της Γρ.Σαράντης που θα πρέπει άμεσα να ανοίξετε κωδικούς στο σύστημα μας. Όπως πάντα υπάρχουν κωδικοί, barcodes, χονδρικές και τελικές τιμές των νέων ειδών. …». Ο επισυναπτόμενος πίνακας αναφέρει κωδικούς νέων προϊόντων των μαρκών NINA RICCI, DAVID BECKAHM, MISS SIXTY, ESPRIT, VERSACE, CARTIER.

- Με ημερομηνία 11.1.2006 και θέμα «Fw: KANEBO» προωθείται το ηλ/κό μήνυμα από τον […] (ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ) στις δ/νσεις hcgr@otenet.gr και hondos_h@otenet.gr και αναγράφεται: «… Θα θέλαμε να σας ενημερώσουμε ότι από το 2006 αλλάζουμε την εμπορική πολιτική της Kanebo και θα ισχύει και σε αυτή την μάρκα η έκπτωση του -30%, όπως ισχύει και σε όλη την υπόλοιπη αγορά. Για να γίνει αυτό αλλάξαμε τον τιμοκατάλογο Χ.Τ. μειώνοντας τις τιμές κατά 12% (που ουσιαστικά είναι η διαφορά του -11% που κάναμε επί τιμολογίου και δεν θα ισχύει στο εξής). Κατ’ αυτό τον τρόπο δεν αλλάζει καθόλου το δικό σας περιθώριο κέρδους και αυξάνοντας τις αναγραφόμενες τιμές ώστε με την έκπτωση του -30% να είναι οι τελικές ΛΤ ίδιες με πριν. Στην διάθεσή σας για οποιαδήποτε διευκρίνιση. …».

- Με ημερομηνία 7.2.2006 και θέμα «Fw: Aramis Always.doc» προωθείται το ηλ/κό μήνυμα από την […] (ESTEE LAUDER) προς τη δ/νση hcgr@otenet.gr, στο οποίο επισυνάπτεται σε μορφή αρχείου word, telefax από τον […] (Marketing Manager Aramis) αναγράφοντας τις τελικές λιανικές τιμές των προϊόντων.

- Με ημερομηνία 1.3.2006 και θέμα «Fw: ΝΕΑ ΕΙΔΟΙ ΓΡ ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΕΠΙΛΕΚΤΙΚΗ» προωθείται το ηλ/ μήνυμα από την […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) προς τις δ/νσεις […], […]@beautyshop.gr, hcgr@otenet.gr, ssgalerie@teledomenet.gr, […]@atticadps.gr και buyer@notosgalleries.gr με το ίδιο θέμα, στο οποίο προωθημένο μήνυμα αναγράφεται: «…Επισυνάπτεται σχετικό αρχείο με τα νέα είδη της Γρ. Σαράντης Επιλεκτική για δίμηνο Μαρτίου – Απριλίου, καθώς και τα Σετ του Πάσχα τα οποία και θα διαθέσιμα προς τιμολόγηση από 15 Μαρτίου. Όπως πάντα υπάρχουν όλες οι σχετικές πληροφορίες των ειδών, κωδικοί, barcodes, χονδρικές και τελικές τιμές. Παρακαλώ όπως άμεσα ενημερώσετε τα συστήματα σας, καθώς και τα καταστήματα. …» Οι δύο επισυναπτόμενοι πίνακες αναγράφουν κωδικούς νέων προϊόντων, ενδεικτικά των μαρκών NINA RICCI, ESPRIT, CARTIER κ.α.

- Με ημερομηνία 2.3.2006 και θέμα «Fw: ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ - ΜΑΡΤΙΟΣ 2006 - YSL BEAUTE» προωθείται το ηλ/κό μήνυμα από τη […] (NOTOS COM) προς τη δ/νση hcgr@otenet.gr, στο οποίο αναγράφεται «Παρακαλώ βρείτε συνημμένα τις τιμές και τα barcodes των νέων προϊόντων της YSL BEAUTE για τον μήνα Μάρτιο. …» και επισυνάπτεται αρχείο excel με τίτλο ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ – YSL BEAUTE - ΜΑΡΤΙΟΣ 2006.xls με όνομα στήλης πίνακα «Λ.Τ. EURO».

- Με ημερομηνία 8.3.2006 και θέμα «Fw: ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ MUGLER & AZZARO» προωθείται το ηλ/ μήνυμα από την […] (NOTOS COM) προς τη δ/νση hcgr@otenet.gr με το ίδιο θέμα, στο οποίο προωθημένο μήνυμα αναγράφεται: «Κα […], Θα ήθελα να σας ενημερώσω ότι στον οίκο Azzaro θα έχουμε νέα ανδρική σειρά – το Bright Visit - η οποία θα λανσαριστεί αρχές Απριλίου. Επισυνάπτονται τιμές κλπ. Στο Mugler…. Επισυνάπτονται τιμές και κωδικοί. …» Οι δύο επισυναπτόμενοι πίνακες αναγράφουν Προτεινόμενες λιανικές τιμές των προϊόντων.

- Με ημερομηνία 21.3.2006 και θέμα «Fw: ΣΩΣΤΕΣ ΤΙΜΕΣ ΣΕΤ ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ» προωθείται το ηλ/ μήνυμα από την […] (ΣΑΡΑΝΤΗΣ) προς τις δ/νσεις hcgr@otenet.gr, […]@beautyshop.gr, ssgalerie@teledomenet.gr, buyer@notosgalleries.gr, […] και […]@atticadps.gr με το ίδιο θέμα, στο οποίο προωθημένο μήνυμα αναγράφεται: «Στις 1 Μαρτίου είχατε λάβει από εμένα σχετικό e-mail νέων κωδικών και νέων σετ για το Πάσχα 2006. Σας επισυνάπτω και πάλι την λίστα των σετ των οποίων οι κωδικοί σε κάποιους δεν έχουν ανοιχτεί, σίγουρα όμως σε κανέναν δεν έχουν τιμολογηθεί ακόμα, μια και εντοπίστηκε λάθος στο δικό μας σύστημα και υπήρχαν κωδικοί με λάθος χονδρική και λιανική τιμή (όπως πάντα στα σετ μας το σετ βγαίνει στην ίδια τιμή που βγαίνει και το βασικό προϊόν που είναι στο σετ, και σε καμία περίπτωση πιο ακριβά προκειμένου να είναι πιο δελεαστικά στον καταναλωτή). Οι κωδικοί αυτοί είναι ελάχιστοι, είναι αυτοί που έχουν χρωματιστεί το κελί τους με γαλάζιο και εντοπίστηκαν στους οίκους Lalique, Nina Ricci & Ferre. Ζητούμε συγνώμη για την αναστάτωση και παρακαλούμε να ενημερώσετε αντίστοιχα το σύστημα σας για να την αποφυγή των όποιων προβλημάτων. …».

Θ. ΝΟΜΙΚΗ ΕΚΤΙΜΗΣΗ

Θ.1. ΝΟΜΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Θ.1.1. Εφαρμοστέες διατάξεις

275) Βάσει των αρχών που διέπουν τη διαχρονική εφαρμογή του δικαίου και των γενικών αρχών της ασφά-

[415] Υπ’ αρ. 9 στοιχείο ληφθέν κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […]στην CHRISTIAN DIOR.

[416] Αυτή φαίνεται να λαμβάνει όλα τα e-mail της δ/νσης hcgr@otenet.gr και να τα προωθεί στον αρμόδιο παραλήπτη.

[417] Αποθηκευμένα στο φάκελο «ΝΕΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ» του ηλεκτρονικού ταχυδρομείου της […] (ROGE).

λειας δικαίου και της προστασίας της δικαιολογημένης εμπιστοσύνης των διοικουμένων, εφαρμοστέες είναι οι διατάξεις ουσιαστικού δικαίου, οι οποίες ίσχυαν κατά το χρόνο επελεύσεως των γεγονότων που συνιστούν την παράβαση, χωρίς να έχει σημασία ο χρόνος, κατά τον οποίο εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις[418]. Δυνάμει του άρθρου 51 ν. 3959/2011, με την έναρξη ισχύος του ν. 3959/2011 για την προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού την 20.4.2011, καταργήθηκε ο ν. 703/1977 (περί ελέγχου μονοπωλίων και ολιγοπωλίων και προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού). Έτσι, κάθε συμπεριφορά, η οποία εκδηλώθηκε και έπαυσε μέχρι την 20.4.2011 (ημερομηνία θέσης σε ισχύ του ν. 3959/2011) και η οποία πιθανολογείται ότι πληροί τις προϋποθέσεις εφαρμογής των άρθρων 1 και 2 ν. 703/1977, αξιολογείται βάσει των προαναφερόμενων άρθρων[419]. Συνεπώς, στα πραγματικά περιστατικά της υπό κρίση υπόθεσης, τα οποία εμπίπτουν στο ratione materiae και ratione temporis πεδίο εφαρμογής των άρθρων 1 και 2 ν. 703/1977, εφαρμόζονται οι ουσιαστικού δικαίου κανόνες των εν λόγω άρθρων. Σε κάθε περίπτωση, ουδεμία ουσιαστική διαφοροποίηση υφίσταται μεταξύ των διατάξεων των άρθρων 1 και 2 του ν. 703/1977 και 1 και 2 του ν. 3959/2011, αλλά τουναντίον οι διατάξεις των άρθρων 1 και 2 του ν. 703/1977 έχουν αντίστοιχο περιεχόμενο με τις διατάξεις των άρθρων 1 και 2 του ν. 3959/2011. Επίσης, οι ανωτέρω διατάξεις του εθνικού δικαίου είναι και κατ’ ουσίαν όμοιες (εκτός του κριτηρίου του επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου) με τις αντίστοιχες διατάξεις των άρθρων 81 και 82 της ΣυνθΕΚ (πλέον 101 και 102 της ΣΛΕΕ)[420], οι οποίες λόγω πλήρωσης του κριτηρίου του επηρεασμού του διακοινοτικού εμπορίου[421] και βάσει του άρθρου 3 του Κανονισμού 1/2003[422] εφαρμόζονται παράλληλα στην κρινόμενη υπόθεση. Ειδικά, ως προς το άρθρο 2α του ν. 703/1977, σημειώνεται ότι εξακολουθεί να εφαρμόζεται από την ΕΑ, παρά το γεγονός ότι έχει πλέον (από το 2009) μεταφερθεί στο πλαίσιο των διατάξεων περί αθέμιτου ανταγωνισμού (ν. 146/1914) και στην αρμοδιότητα των πολιτικών δικαστηρίων, βάσει ρητής πρόβλεψης στις μεταβατικές διατάξεις του άρθρου 38 του ν. 3784/2009, η οποία ρύθμισε οριστικά το ζήτημα της αρμοδιότητας επί εκκρεμών υποθέσεων ενώπιον της ΕΑ[423]. Επομένως, κατά το χρόνο που τέθηκε σε ισχύ ο ν. 3784/2009[424], η ΕΑ εξακολουθεί να είναι αρμόδια επί εκκρεμών υποθέσεων που αφορούν σε πράξεις που δύνανται να εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του 2α του ν. 703/1977[425].

276) Σύμφωνα με το άρθρο 1 του ν. 703/1977 απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και κάθε εναρμονισμένη πρακτική, που έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού, και ιδίως εκείνες οι οποίες συνίστανται στον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό των τιμών αγοράς ή πωλήσεως ή άλλων όρων συναλλαγής, στον περιορισμό ή στον έλεγχο της παραγωγής και των αγορών, ή στην κατανομή των αγορών ή των πηγών εφοδιασμού. Επομένως, προϋποθέσεις για την εφαρμογή της εν λόγω απαγορευτικής διάταξης είναι: α) η ύπαρξη συμφωνίας μεταξύ ανεξάρτητων επιχειρήσεων (ή εναρμονισμένης πρακτικής ή απόφασης ένωσης επιχειρήσεων), και β) αντικείμενο ή αποτέλεσμα της ανωτέρω συμφωνίας να είναι ο αισθητός περιορισμός, η παρακώλυση ή η νόθευση του ανταγωνισμού[426]. Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.1 ΣυνθΕΚ, πλέον 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ.

[418] Η αρχή περί της μη αναδρομικής ισχύος των νεώτερων νόμων θεμελιώνεται ρητά στο άρθρο 2 του ΑΚ. Η αρχή αυτή γίνεται δεκτή και από το ευρωπαϊκό δίκαιο. Βλ. ενδεικτικά απόφαση C-201&216/09, ArcelorMittal Luxembourg SA κατά Επιτροπής, Συλλ. 2011, σελ. I- 2239, σκ. 67-71.

[419] Για τη διαχρονική εφαρμογή του δικαίου βλ. αποφάσεις ΕΑ 571/VII/2013, σκ. 57-59, 547/VII/2012, σκ. 47, 536/VII/2013, σκ. 20, 533/VII/2012, σκ. 27, 590/2014, σκ. 236. Διάφορο ως ένα βαθμό είναι το ζήτημα της αρμοδιότητας έκδοσης απόφασης περί διαπίστωσης ή μη παράβασης και επιβολής των όποιων κυρώσεων καθώς και των εφαρμοστέων κανόνων για την επιμέτρηση του προστίμου που θα αναλυθεί στο οικείο κεφάλαιο.

[420] Βλ. Ενοποιημένη απόδοση της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης (εφεξής ΣΛΕΕ), άρθρα 101 και 102 (πρώην άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης περί ιδρύσεως της Ευρωπαϊκής Κοινότητας – εφεξής ΣυνθΕΚ), ΕΕ 115 της 9.5.2008 σ. 89. Από την 1η Δεκεμβρίου 2009, με την έναρξη ισχύος της Συνθήκης της Λισαβόνας, τα άρθρα 81 και 82 της ΣυνθΕΚ αναριθμήθηκαν σε άρθρα 101 και 102 αντίστοιχα, της ΣΛΕΕ. Τα δύο σύνολα διατάξεων είναι κατ’ ουσία ταυτόσημα. Το (πρώην) άρθρο 82 της ΣυνθΕΚ προήλθε, επίσης, από αναρίθμηση του άρθρου 86 ΣυνθΕΚ (πρώην άρθρο 86 ΣυνθΕΟΚ), δυνάμει σχετικής πρόβλεψης της «Συνθήκης του Άμστερνταμ», η οποία τέθηκε σε ισχύ την 1.5.1999. Για τους σκοπούς της παρούσας, οι αναφορές στα άρθρα 101 και 102 της ΣΛΕΕ νοούνται, κατά περίπτωση, ως αναφορές στα άρθρα 81 και 82 της ΣυνθΕΚ ή/και 85 και 86 ΣυνθΕΟΚ και αντίστροφα.

[421] Για τις ανάγκες του παρόντος κειμένου, η ανάλυση του κριτηρίου του επηρεασμού του ενδο-ενωσιακού εμπορίου πραγματοποιείται κατωτέρω υπό παρ.281) επ. (Θ.1.2. Επηρεασμός του ενδο-ενωσιακού εμπορίου).

[422] Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου, της 16ης Δεκεμβρίου 2002, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της Συνθήκης, ΕΕ L 1 της 04.01.2003,σελ.1.

[423] Σύμφωνα με το άρθρο 38 του ν. 3784/2009: «…3. Για τις υποθέσεις που εκκρεμούν ενώπιον της Επιτροπής Ανταγωνισμού, κατά τη θέση σε ισχύ του παρόντος νόμου, το άρθρο 2α του ν. 703/1977 εφαρμόζεται ως είχε προ της καταργήσεώς του. 4. Με την επιφύλαξη της προηγούμενης παραγράφου του παρόντος άρθρου, κάθε άλλη υπόθεση που εκκρεμεί στην Επιτροπή Ανταγωνισμού και για την οποία δεν έχει εκδοθεί απόφαση από αυτή διέπεται από τις διατάξεις του παρόντος νόμου.».

[424] Η ημερομηνία που τέθηκε σε εφαρμογή το ν. 3784/2009 ήταν η 07.08.2009, σύμφωνα με ΦΕΚ Α΄ 137, 07.08.2009.

[425] ΕΑ 540/VII/2012, σκ.60. Στην ίδια απόφαση (με παραπομπή σε ΔΕφΑθ 2498/2010, σκ.3), αναφέρεται ότι οι εν λόγω μεταβατικές διατάξεις καταλαμβάνουν και τις υποθέσεις που αναπέμπονται εκ νέου από το Διοικητικό Εφετείο στην ΕΑ για ουσιαστική κρίση, κατόπιν αποδοχής σχετικής προσφυγής, με αιτιολογική βάση την ταυτότητα του νομικού λόγου και την ασφάλεια δικαίου. Σε διαφορετική περίπτωση θα καθίστατο ατελέσφορη η απόφαση του Διοικητικού Εφετείου και η προσφεύγουσα επιχείρηση θα στερείτο της συνταγματικά κατοχυρωμένης δικαστικής προστασίας.

[426] Για τις ανάγκες του παρόντος κειμένου, η ανάλυση της συνδρομής των προϋποθέσεων του άρθρου 1 του ν. 703/1977 (νυν άρθρου 1 του ν. 3959/2011) πραγματοποιείται κατωτέρω υπό παρ.281) επ. (Θ.3. Συμφωνία / Εναρμονισμένη πρακτική)

277) Το άρθρο 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 (νυν άρθρο 1 παρ. 3 του ν. 3959/2011) προβλέπει εξαίρεση από τον εν λόγω απαγορευτικό κανόνα για τις συμφωνίες, οι οποίες (α) συμβάλλουν στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου, (β) εξασφαλίζουν συγχρόνως στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από το όφελος που προκύπτει, (γ) δεν επιβάλλουν περιορισμούς που δεν είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αυτών και (δ) δεν παρέχουν στις επιχειρήσεις αυτές τη δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού σε σημαντικό τμήμα των σχετικών προϊόντων. Οι τέσσερις προαναφερόμενες προϋποθέσεις πρέπει να συντρέχουν σωρευτικά προκειμένου να τύχει εφαρμογής η ατομική απαλλαγή που προβλέπουν οι ανωτέρω διατάξεις. Εφόσον έστω και μία από αυτές δεν πληρούται, η συμφωνία είναι αυτοδικαίως άκυρη κατ’ άρθρο 1 παρ. 2 του ν. 703/1977 (και κατ’ άρθρο 1 παρ. 2 του ν. 3959/2011)[427]. Η επιχείρηση που διεκδικεί τη χορήγηση ατομικής απαλλαγής, φέρει το βάρος να αποδείξει ότι πληρούνται οι σχετικές προϋποθέσεις, με πειστικά επιχειρήματα και αποδεικτικά στοιχεία[428]. Αντίστοιχες είναι και οι προβλέψεις του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ[429], νυν άρθρου 101 παρ. 3 ΣΛΕΕ.

278) Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 2 του ν. 703/1977 (νυν άρθρου 2 του ν. 3959/2011): «Απαγορεύεται η υπό μιας ή περισσοτέρων επιχειρήσεων καταχρηστική εκμετάλλευσις της δεσποζούσης θέσεως αυτών επί του συνόλου ή μέρους της αγοράς της χώρας…». Επομένως, προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 2 του ν. 703/1977 είναι: α) η κατοχή δεσπόζουσας θέσης από επιχείρηση στο σύνολο ή μέρος της σχετικής αγοράς και β) η καταχρηστική εκμετάλλευση της θέσης αυτής[430]. Αντίστοιχες είναι και οι βασικές προϋποθέσεις που τάσσονται από τον ενωσιακό νομοθέτη για την εφαρμογή του άρθρου 82 ΣυνθΕΚ (νυν άρθρου 102 ΣΛΕΕ), εφόσον υπάρχει επηρεασμός του διακοινοτικού εμπορίου.

279) Σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 2α του ν. 703/1977 (πλέον καταργηθείσα[431]): « …, απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση, από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, της σχέσης οικονομικής εξάρτησης στην οποία βρίσκεται προς αυτήν ή αυτές μια επιχείρηση, η οποία κατέχει θέση πελάτη ή προμηθευτή, ακόμη και ως προς ένα ορισμένο είδος προϊόντων ή υπηρεσιών και δεν διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση…». Επομένως, προϋποθέσεις εφαρμογής του άρθρου 2α του ν. 703/1977 είναι: α) η ύπαρξη σχέσης οικονομικής εξάρτησης μιας επιχείρησης από άλλη ή άλλες επιχειρήσεις, από τις οποίες προμηθεύεται ένα ορισμένο είδος προϊόντων ή υπηρεσιών, β) επιχείρηση αυτή να μην διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση, γ) η καταχρηστική εκμετάλλευση της ανωτέρω οικονομικής εξάρτησης[432].

280) Οι διατάξεις για τις απαγορευμένες συμπράξεις και οι διατάξεις για την κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης δύνανται να εφαρμοστούν ταυτόχρονα με βάση τα ίδια πραγματικά περιστατικά, αφού «η ίδια πρακτική μπορεί να οδηγήσει σε παράβαση και των δύο διατάξεων»[433]. Συνεπώς, η εκάστοτε αρχή ανταγωνισμού καταρχήν απολαμβάνει ευχέρειας κατά την επιλογή της νομικής βάσης υπό το πρίσμα της οποίας θα εξετάσει μια παραβατική συμπεριφορά[434].

Θ.1.2. Επηρεασμός του ενδο-ενωσιακού εμπορίου

281) Για την εφαρμογή των ενωσιακών διατάξεων των άρθρων 81 ΣυνθΕΚ, πλέον 101 ΣΛΕΕ και 82 ΣυνθΕΚ, πλέον 102 ΣΛΕΕ, μοναδική πρόσθετη προϋπόθεση σε σχέση με αυτές που τάσσουν οι ανωτέρω διατάξεις του εθνικού δικαίου, αποτελεί η δυνατότητα της υπό εξέταση συμπεριφοράς να επηρεάσει το ενωσιακό εμπόριο. Σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ.1 του Κανονισμού 1/2003[435], οι αρχές ανταγωνισμού και τα δικαστήρια των κρατών μελών οφείλουν να εφαρμόζουν το άρθρο 81 σε συμφωνίες, αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων ή εναρμονισμένες πρακτικές κατά την έννοια του άρθρου 81 παρ.1 της ΣυνθΕΚ, οι οποίες δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών κατά την έννοια της διάταξης αυτής, όταν εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία ανταγωνισμού στις εν λόγω συμφωνίες, αποφάσεις ή εναρμονισμένες πρακτικές. Επίσης, όταν οι εθνικές αρχές

[427] Βλ. Κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 (νυν 101) παρ. 3 της Συνθήκης, ΕΕ C 101 της 27.4.2004, παρ. 42 και σχετική νομολογία στην οποία παραπέμπει.

[428] Βλ. ενδεικτικά ΔΕφΑθ 559/2010, σκ. 18, ΔΕφΑθ 2891/2009, σκ. 19, και ΔΕφΑθ 1682/2009, σκ. 28 και ενωσιακή νομολογία στην οποία παραπέμπουν.

[429] Σύμφωνα με το άρθρο 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ, ορίζεται ότι «Οι διατάξεις της παραγράφου 1 δύνανται να κηρυχθούν ανεφάρμοστες: σε κάθε συμφωνία ή κατηγορία συμφωνιών μεταξύ επιχειρήσεων, σε κάθε απόφαση ή κατηγορία αποφάσεων μεταξύ επιχειρήσεων, και σε κάθε εναρμονισμένη πρακτική ή κατηγορία εναρμονισμένων πρακτικών, η οποία συμβάλλει στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου, εξασφαλίζοντας συγχρόνως στους καταναλωτές δίκαιο τίμημα από το όφελος που προκύπτει, και η οποία: α) δεν επιβάλλει στις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις περιορισμούς μη απαραίτητους για την επίτευξη των στόχων αυτών και β) δεν παρέχει στις επιχειρήσεις αυτές τη δυνατότητα καταργήσεως του ανταγωνισμού επί σημαντικού τμήματος των σχετικών προϊόντων». Για τις ανάγκες του παρόντος κειμένου, η ανάλυση της συνδρομής των προϋποθέσεων του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ πραγματοποιείται κατωτέρω υπό παρ. 387)επ.

[430] Για τις ανάγκες του παρόντος κειμένου, η ανάλυση της συνδρομής των προϋποθέσεων του άρθρου 2 του ν. 703/1977 (νυν άρθρου 2 του ν. 3959/2011) πραγματοποιείται κατωτέρω υπό παρ. 394) επ. (Θ.6. Διερεύνηση κατάχρησης δεσπόζουσας θέσης).

[431] Σημειώνεται ότι οι διατάξεις του άρθρου 2α τυγχάνουν εφαρμογής στην υπό εξέταση υπόθεση. Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 275).

[432] Για τις ανάγκες του παρόντος κειμένου, η ανάλυση της συνδρομής των προϋποθέσεων του άρθρου 2α του ν. 703/1977 πραγματοποιείται κατωτέρω υπό παρ.414) επ. (Θ.7. Απαγόρευση καταχρηστικής εκμετάλλευσης σχέσης οικονομικής εξάρτησης).

[433] Βλ. σχετικά C-395 & 396/96 P Compagnie Maritime Belge Transports SA κ.λ κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, σελ. I-1365, σκ. 33, ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 116, και T-65/98 Van den Bergh Foods κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σελ. II-4653, σκ. 162. Βλ. και Ritter L. & Braun D., European Competition Law, 3rd ed., Kluwer Law, 2005, p. 485.

[434] ΔΕΚ 85/76 Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, Συλλ. 1979, σελ. 461, σκ. 116.

[435] Κανονισμός (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου, για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης, ΕΕ L 1 της 04.01.2003, σελ.1. βλ. και Ανακοίνωση Επιτροπής «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης» ΕΕ C 2004 101/81 παρ. 9.

ανταγωνισμού ή τα εθνικά δικαστήρια εφαρμόζουν την εθνική νομοθεσία σε τυχόν καταχρηστική πρακτική που απαγορεύεται από το άρθρο 82 ΣυνθΕΚ, εφαρμόζουν επίσης και αυτή τη διάταξη[436].

282) Οι συμφωνίες και εν γένει οι περιοριστικές του ανταγωνισμού πρακτικές, που εκτείνονται στο σύνολο του εδάφους κράτους μέλους, έχουν από την ίδια τους τη φύση ως αποτέλεσμα την παγίωση εθνικών στεγανοποιήσεων των αγορών και εμποδίζουν έτσι την οικονομική αλληλοδιείσδυση που επιδιώκεται από τη Συνθήκη[437].

283) Ειδικότερα ως προς την περίπτωση του άρθρου 82 ΣυνθΕΚ, η κατάχρηση είναι εκείνη που πρέπει να επηρεάζει το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, χωρίς όμως αυτό να συνεπάγεται ότι πρέπει να εκτιμάται μεμονωμένα κάθε στοιχείο της συμπεριφοράς αυτής[438].

284) Στην υπό κρίση υπόθεση, η δυνατότητα επηρεασμού του ενδο-ενωσιακού εμπορίου προκύπτει ευθέως από το γεγονός ότι οι υπό εξέταση πρακτικές εντάσσονται στο πλαίσιο μιας ενιαίας στρατηγικής των εμπλεκόμενων μερών, που καλύπτουν το σύνολο της ελληνικής επικράτειας. Πιο συγκεκριμένα, η υπό εξέταση οριζόντια συμφωνία ανάμεσα στις 6 εταιρίες χονδρικής (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM)[439], των οποίων το συνολικό μερίδιο αγοράς στην αγορά καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής καλύπτει σχεδόν το 100% αυτής στην εμπορία καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής σε ολόκληρη την ελληνική επικράτεια, πλην της αγοράς των ΚΑΕ[440]. Η δυνατότητα επηρεασμού του ενδο-ενωσιακού εμπορίου προκύπτει, επίσης, από το χαρακτήρα της υπό εξέταση συμπεριφοράς (άμεσος και έμμεσος καθορισμός τιμών), δεδομένου ότι οι εφαρμοζόμενες πρακτικές αφενός σε οριζόντιο και κάθετο επίπεδο κι αφετέρου η επίδραση ιδίως των οριζοντίων πρακτικών σε κάθετο επίπεδο δύνανται από τη φύση τους να περιορίσουν την αυτόνομη και ανεξάρτητη άσκηση των δραστηριοτήτων των ενωσιακών επιχειρήσεων στην ελληνική αγορά. Η φύση των προϊόντων που περιέχονται στον ορισμό της σχετικής αγοράς, δηλαδή των καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, επί των οποίων εξετάζονται οι κατωτέρω αναλυόμενες παραβάσεις αποτελεί αντικείμενο διασυνοριακών συναλλαγών[441]. Περαιτέρω, υφίστανται εισαγωγές από χώρες της Ένωσης των ανωτέρω προϊόντων στο σύνολο των σχετικών προϊόντων, σύμφωνα με συμβάσεις προμήθειας με οίκους του εξωτερικού, που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι οι υπό εξέταση πρακτικές επηρεάζουν αισθητά το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών[442]. Τέλος, λαμβάνοντας υπόψη την εισαγωγική διείσδυση στην υπό εξέταση σχετική αγορά, η αντίστοιχη ελληνική αγορά διέπεται από έντονα στοιχεία διασυνοριακού εμπορίου, κυρίως από τις χώρες της Ένωσης.

285) Επομένως, οι υπό εξέταση πρακτικές επηρεάζουν αισθητά το ενδο-ενωσιακό εμπόριο, ανεξαρτήτως μάλιστα της πραγματικής επίπτωσης στις διασυνοριακές ροές αγαθών και υπηρεσιών[443] και ως εκ τούτου, τα άρθρα 81 και 82 ΣυνθΕΚ τυγχάνουν εφαρμογής εν προκειμένω, παράλληλα με το εθνικό δίκαιο.

Θ.2. ΕΝΝΟΙΑ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΗΣ

Θ.2.1. Γενικά

286) Ως «επιχείρηση» νοείται κάθε φυσικό πρόσωπο ή οικονομική ενότητα που ασκεί εμπορική ή άλλη οικονομική δραστηριότητα, ανεξάρτητα από το νομικό καθεστώς που το διέπει και από τον τρόπο χρηματοδότησής του[444]. Μια τέτοια οικονομική ενότητα συνίσταται σε ενιαία οργάνωση προσωπικών, υλικών και άυλων στοιχείων, τα οποία έχουν ταχθεί στη διαρκή επιδίωξη ορισμένου οικονομικού σκοπού, η οποία οργάνωση μπορεί να συντελέσει στη διάπραξη παράβασης του δικαίου του ανταγωνισμού[445]. Ειδικότερα, η ύπαρξη επιχείρησης προϋποθέτει αυτονομία οικονομικής δράσης και συνακόλουθα πλήρη ανάληψη των οικονομικών κινδύνων που συνεπάγεται η εκάστοτε οικονομική δραστηριότητα[446]. Ως οικονομική δραστηριότητα νοείται κάθε δυνατότητα προσφοράς αγαθών ή υπηρεσιών σε δεδομένη αγορά[447]. Η έννοια της «επιχείρησης» είναι περισσότερο οικονομική παρά νομική, με αποτέλεσμα, το αποφασιστικό κριτήριο της έννοιας αυτής στο δίκαιο της προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού να είναι η οικονομική και όχι η νομική της αυτοτέλεια[448].

Θ.2.2 Απαραίτητη διευκρίνιση ως προς τη L’ OREAL - εμπλεκόμενη η PLH

287) Μέχρι και το τέλος του έτους 2007 η L’OREAL HELLAS A.E., διένειμε αποκλειστικά προϊόντα ευρείας κα-

[436] Αναφορικά με το κριτήριο του επηρεασμού του ενδο-ενωσιακού εμπορίου, βλ. Αποφάσεις ΕΑ 563/VII/2013, σκ.60-.64, 580/VII/2013, σκ.75, 520/VI/2011, σκ.137 επ., 495/VI/2010, σκ. 45.

[437] Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής «Κατευθυντήριες γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου των άρθρων 81 και 82 της Συνθήκης» ΕΕ C 2004 101/81, παρ.77 επ., 86-88, 93-96. Βλ. επίσης ενδεικτικά αποφάσεις ΔΕφΑθ 869/2013, σκ. 41, ΔΕφΑθ 559/2010, ΔΕφΑθ 2891/2009 και ΔΕφΑθ 1001/2006, καθώς και αποφάσεις T-65/89, BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σ. II-389, σκ. 135, ΔΕΚ 8/72, Vereeniging van Cementhandelaren κατά Επιτροπής, Συλλ. 1972-1973, σ. 221, σκ. 29, 42/84, Remia και λοιποί κατά Επιτροπής, Συλλ. 1985, σ. 2545, σκ. 22, C-35/96, Επιτροπή κατά Ιταλίας, Συλλ. 1998, σ. I-3851, σκ. 48, C-309/99, Wouters και λοιποί, Συλλ. 2002, σ. I-1577, σκ. 95.

[438] Βλ. θεωρητικές παρατηρήσεις αναφορικά με τον επηρεασμό του ενδοενωσιακού εμπορίου κατά την εφαρμογή του άρθρου 82 ΣυνθΕΚ στην απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ.247 επ., με περαιτέρω παραπομπές.

[439] Βλ. κατωτέρω υπό παρ. 319) επ. (Θ.3.4.1. Συμφωνίες με οριζόντια χαρακτηριστικά).

[440] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 100) - 101) (Ε.2. Σχετική γεωγραφική αγορά).

[441] Απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 249.

[442] ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 65.

[443] Κατευθυντήριες Γραμμές σχετικά με την έννοια του επηρεασμού του εμπορίου, ό.π. παρ. 47.

[444] ΕΑ 495/VI/2010, σκ.59, 563/VII/2013, σκ. 71, με παραπομπή σε ενωσιακή νομολογία. Ενδεικτικά βλ. C-55/96, Job Centre II, Συλλ. 1997, σελ. I-7119, σκ.21, C-180-184/98, Pavlov κλπ, Συλλ. 2000, σελ. I-6451, σκ.74, C-218/00, Cosal di Batistello Venanzio & Co κατά INAIL, Συλλ. 2002, σελ. I-691, σκ.22.

[445] ΠΕΚ T-66/99, Μινωικές Γραμμές ΑΝΕ, Συλλ. 2003, σελ. II-5515, σκ. 122.

[446] ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 71, με παραπομπή σε σχετική νομολογία. Ενδεικτικά βλ.T-23/09, CNOP & CCG κατά Επιτροπής, Συλλ. 2010, σελ. II-5291, σκ. 70-71, C-55/96, ό.π., C-180-184/98, ό.π., ΕΑ 292/IV/2005, σημ.2.1.

[447] ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 71, με παραπομπή σε σχετική νομολογία. Ενδεικτικά βλ.C-35/96, Επιτροπή κατά Ιταλίας, Συλλ. 1987, σελ. I-3851, σκ.36, ΕΑ 430/V/2009, σελ.6, ΕΑ 317/V/2006, σελ. 16-17.

[448] ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 71.

τανάλωσης και επαγγελματικά προϊόντα. Η PLH διένειμε αποκλειστικά καλλυντικά προϊόντα πολυτελείας (άλλως καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής), ήτοι τα προϊόντα που αφορά η σχετική αγορά της υπό κρίση υπόθεσης, ενώ η εταιρεία με την COSMETIQUE ACTIVE HELLAS A.E. (και τον διακριτικό τίτλο C.A.H. A.E.) διένειμε αποκλειστικά καλλυντικά προϊόντα που διατίθεντο κυρίως στα φαρμακεία.

288) Σημειώνεται ότι μέχρι το έτος 2007 υπεύθυνη για τη διανομή καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής στην ελληνική αγορά ήταν αποκλειστικά η PLH[449]. Το έτος 2007, η L’OREAL απορρόφησε τις εταιρείες «COSMETIQUE ACTIVE HELLAS A.E.» και PLH, σύμφωνα με την κείμενη νομοθεσία, ενώ η ως άνω συγχώνευση εγκρίθηκε στις 31 Δεκεμβρίου 2007 και δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως (ΦΕΚ 78/04.01.2008, Τεύχος ΑΕ και ΕΠΕ). Έκτοτε η L’OREAL διανέμει όλα τα ανωτέρω προϊόντα, συμπεριλαμβανομένων επομένως και των προϊόντων υψηλής ποιότητας και τιμής που διένειμε η PLH, στην ελληνική αγορά καλλυντικών. Σημειωτέον, ότι οι ανωτέρω εταιρείες και πιο συγκεκριμένα η L’OREAL και η PLH δεν τελούσαν σε σχέση μητρικής-θυγατρικής, αλλά η μετοχική σύνθεση της L’OREAL και της PLH κατά τα επίμαχα έτη 2005 και 2006 είχαν ως εξής[450]:

L’Oréal Hellas A.E.	PLH
[…]	[…]

ενώ και η αντίστοιχη σύνθεση των Διοικητικών Συμβουλίων των δύο εταιρειών τα εν λόγω έτη 2005-2006 είχε ως εξής:

L’Oréal Hellas A.E.	PLH
ALAIN DUCASSE - Πρόεδρος Δ.Σ. ΙΩΝ ΡΕΜΠΟΥΤΖΑΚΟΣ - Αντιπρόεδρος Δ.Σ. ΣΠΥΡΟΣ ΠΑΠΠΑΣ - Μέλος Δ.Σ., Διευθύνων Σύμβουλος ΚΩΝ/ΝΟΣ ΤΑΒΛΑΔΩΡΑΚΗΣ - Μέλος Δ.Σ.	ΣΠΥΡΟΣ ΠΑΠΠΑΣ - Πρόεδρος Δ.Σ. ΚΩΝ/ΝΟΣ ΤΑΒΛΑΔΩΡΑΚΗΣ Αντιπρόεδρος και Γραμματέας Δ.Σ. ΕΥΘΥΜΙΟΣ ΞΥΔΙΑΣ Διευθύνων Σύμβουλος ΑΝΤΩΝΗΣ ΠΕΤΥΧΑΚΗΣ Μέλος Δ.Σ.

289) Τέλος, δέον να επισημανθεί ότι η L’OREAL και η PLH, καίτοι ανήκαν στον ίδιο Όμιλο Εταιρειών, λειτουργούσαν σε απολύτως αυτόνομη βάση μεταξύ τους, τόσο corpus όσο και animus, ήτοι είχαν δικό τους προσωπικό, ξεχωριστό κέντρο μηχανογράφησης, ξεχωριστές συμβάσεις με πελάτες, είχαν διαφορετικό Διευθύνοντα Σύμβουλο κ.ο.κ., ενώ διατηρούσαν γραφεία σε διαφορετικές διευθύνσεις, δηλαδή η PLH στο Μαρούσι Αττικής (Αγ. Κωνσταντίνου αρ. 40) και η L’OREAL στο Μαρούσι Αττικής (Λ. Κηφισίας 36).

290) Από τα ανωτέρω γίνεται αντιληπτό, ότι καίτοι η L’OREAL HELLAS A.E. και η PLH δρούσαν κάτω από την «ομπρέλα» του Ομίλου L’Oréal, είχαν σαφή λειτουργική αυτονομία μεταξύ τους, η οποία αντανακλούσε σε κεχωρισμένη άσκηση της επιχειρηματικής τους δραστηριότητας και εφαρμογή της εμπορικής τους πολιτικής. Αυτό άλλωστε αποδεικνύεται και από το γεγονός ότι η L’OREAL και η PLH δημοσίευαν μέχρι και την απορρόφηση της δεύτερης από την πρώτη, διαφορετικές οικονομικές καταστάσεις.

291) Επομένως, καθίσταται σαφές ότι η L’OREAL αποτελεί εμπλεκόμενο μέρος στην παρούσα διαδικασία ενώπιον της Επιτροπής αποκλειστικά και μόνο λόγω της ιδιότητάς της ως καθολικής διαδόχου της PLH, την οποία απορρόφησε το 2007, ήτοι ένα έτος μετά τη λήξη της φερόμενης παράβασης και ως αποτέλεσμα της εν λόγω συγχώνευσης δια απορρόφησης η PLH έπαυσε να υφίσταται και διεγράφη από το Μητρώο Ανωνύμων Εταιρειών (ΦΕΚ 75/04.01.2008 - Τεύχος Α.Ε. και Ε.Π.Ε.). Για τον λόγο αυτό, η Επιτροπή, κατά την αξιολόγηση των πραγματικών περιστατικών της υπό κρίση υπόθεσης, τη διαμόρφωση της δικανικής της πεποίθησης και την τυχόν επιβολή κυρώσεων, οριοθετεί, σε ό,τι τουλάχιστον αφορά την L’OREAL, το πλαίσιο εντός του οποίου εξετάστηκαν οι αιτιάσεις της ΓΔΑ κατά τέτοιο τρόπο, ώστε να ταυτίζεται και να μην εκφεύγει του πλαισίου δραστηριότητας της PLH κατά τα φερόμενα έτη παράβασης ήτοι το έτος 2005 και 2006 τόσο σε ό,τι αφορά στη σχετική αγορά των προϊόντων της παρούσας υπόθεσης, ήτοι την αγορά καλλυντικών προϊόντων υψηλής ποιότητας και τιμής, όσο και αναφορικά με τα οικονομικά μεγέθη που λαμβάνονται υπόψη σύμφωνα με τις Κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό των προστίμων που εξέδωσε η Επιτροπή την 12.05.2006.

292) Ενόψει των ανωτέρω, είναι σαφές ότι η Επιτροπή δεν μπορεί να επιβάλει πρόστιμο σε μια επιχείρηση για μια παράβαση η οποία αποδίδεται σε μια άλλη επιχείρηση, η οποία διακρίνεται από εμπορική αυτονομία έναντι της πρώτης, και με την οποία αυτή δεν συνδέεται με σχέση μητρικής-θυγατρικής, ιδιαίτερα όταν η πρώτη καλείται σε ακρόαση υπό την ιδιότητά της ως καθολικής διαδόχου της τελευταίας[451]. Επιπλέον, είναι επιτακτική ανάγκη να ορίζει η σχετική απόφαση υπό ποια ιδιότητα καθίσταται υποκείμενο της διαδικασίας και καλείται μια επιχείρηση να απαντήσει στις αιτιάσεις της ΕΑ[452].

[449] Βλ. υπ’ αρ. πρωτ. 6515/20.09.2010 επιστολή της L’OREAL στο με αριθμό 4702/26.07.2010 ερωτηματολόγιο, καθώς και υπ’ αρ. πρωτ. 8352/20.11.2014 απαντητική επιστολή της L’OREAL στα με αριθμό 4702/26.07.2010 και 7882/30.10.2014 ερωτηματολόγια.

[450] Βλ. την υπ’ αρ. πρωτ. 6515/20.09.2010 απαντητική επιστολή της L’OREAL στο με αριθμό 4702/26.07.2010 ερωτηματολόγιο της ΓΔΑ.

[451] Βλ. Αποφάσεις Compagnie maritime belge transports SA (C-395/96 P), Compagnie maritime belge SA (C-395/96 P) και Dafra-Lines A/S (C-396/96 P) κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Συλλ. 2000, σελ Ι 1365, παρ. 143 και146.

[452] Λόγου χάριν, στην υπόθεση Bolloré [Συνεκδικαζόμενες υποθέσεις Δικαστηρίου Papierfabrik August Koehler AG (C-322/07 P), Bolloré SA (C-327/07 P) και Distribuidora Vizcaína de Papeles SL (C-338/07 P) κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων, Συλλ 2009, σελ I-7191], για τον ομώνυμο διάδικο διαπιστώθηκαν παραβάσεις τόσο με την ιδιότητά του ως μητρικής εταιρίας της Copiograph όσο και υπό την ιδιότητά του ως αμέσως συμμετέχοντος στο επίδικο καρτέλ. Το ΠΕΚ έκρινε ότι η σχετική εισήγηση δεν είχε καταστήσει σαφείς τις εν λόγω κατηγορίες, αρνήθηκε όμως να ακυρώσει την απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής με την αιτιολογία ότι η Bolloré είχε σε κάθε περίπτωση τη δυνατότητα να ασκήσει σε κάθε περίπτωση τα δικαιώματα άμυνάς της. Το ΔΕΚ όμως έκρινε ότι η θέση του ΠΕΚ είναι κατά νόμω εσφαλμένη, καθώς η Bolloré δεν είχε τη δυνατότητα να ασκήσει τα δικαιώματα άμυνας της υπό την ιδιότητά της ως άμεσα συμμετέχουσας στην παράβαση και, για το λόγο αυτό, ακύρωσε στο σύνολό της την προσβαλλόμενη απόφαση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής στο βαθμό που ενέπλεκε την Bolloré.

293) Επί τη βάσει των ανωτέρω, πρέπει να διευκρινιστεί ότι στο πλαίσιο της κρινόμενης υπόθεσης και της διαδικασίας ενώπιον της ΕΑ, η L’OREAL αντιμετωπίζεται αποκλειστικά και μόνο υπό την ιδιότητά της ως εκ του νόμου καθολικής διαδόχου της PLH (δηλ. της εταιρίας η οποία σύμφωνα με την Εισήγηση υπ’ αρ. 3808/01.06.2016 συμμετείχε στις φερόμενες παραβάσεις) και υπό καμία άλλη ιδιότητα.

294) Κατόπιν των ανωτέρω, υπογραμμίζεται ότι οιαδήποτε αναφορά γίνεται στο σκεπτικό της παρούσας απόφασης στη L’OREAL, νοείται ότι αποδίδεται στην PLH, στα δικαιώματα και τις υποχρεώσεις της οποίας η L’OREAL έχει υποκατασταθεί από το 2007 και εντεύθεν υπό την ιδιότητά της ως καθολικού διαδόχου αυτής.

Θ.2.2. Εξέταση καθέτων σχέσεων

295) Κατά πάγια ενωσιακή νομολογία, όταν οι αντιπρόσωποι δεν φέρουν κανέναν κίνδυνο απορρέοντα από τις συμβάσεις τις οποίες διαπραγματεύονται, αυτοί παύουν να έχουν την ιδιότητα του ανεξάρτητου επιχειρηματία[453]. Στην εθνική έννομη τάξη[454], στις περιπτώσεις αυτές γίνεται λόγος για «γνήσιες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας» και οι συνακόλουθες υποχρεώσεις που επιβάλλονται στον αντιπρόσωπο όσον αφορά στις συμβάσεις που διαπραγματεύεται ή και συνάπτει για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 1 ν. 703/1977[455]. Ο χρηματοοικονομικός ή ο εμπορικός κίνδυνος που φέρει ο αντιπρόσωπος ως προς τις δραστηριότητες για τις οποίες έχει διοριστεί ως αντιπρόσωπος από τον αντιπροσωπευόμενο συνιστά το καθοριστικό κριτήριο για τον χαρακτηρισμό μιας συμφωνίας ως συμφωνίας εμπορικής αντιπροσωπείας ή συμφωνίας διανομής για την εφαρμογή του άρθρου 101 παρ. 1 ΣΛΕΕ[456]. Συμβάσεις διανομής, που συνάπτονται μεταξύ μητρικής και θυγατρικής επιχείρησης, δεν δύναται να υπαχθούν στις απαγορεύσεις του άρθρου 1 του ν. 703/1977, καθώς αυτές οι συμφωνίες θεωρούνται ότι αποτελούν κατανομή λειτουργίας προσπαθειών ή ρόλου εντός της ιδίας οικονομικής οντότητας[457]. Αντίθετα, η εν λόγω διάταξη εφαρμόζεται στις μη γνήσιες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας, όπου ο αντιπρόσωπος διατηρεί την ιδιότητά του ως ανεξάρτητη οικονομικά επιχείρηση. Όσον αφορά στη διάκριση μεταξύ γνήσιας και μη γνήσιας σύμβασης εμπορικής αντιπροσωπείας, γίνεται καταρχάς δεκτό ότι ο αντιπρόσωπος διατηρεί την ιδιότητα του ανεξάρτητου επιχειρηματία, εφόσον αυτός αποκτά την κυριότητα επί των συμβατικών προϊόντων που αγοράζονται ή πωλούνται ή παρέχει ο ίδιος τις υπηρεσίες που αφορά η σύμβαση και εφόσον αναλαμβάνει έστω έναν από τους κατωτέρω κινδύνους ή δαπάνες[458]: δαπάνες μεταφοράς των προϊόντων, συμμετοχή στις διαφημιστικές δαπάνες για την προώθηση των προϊόντων του αντιπροσωπευόμενου, διατήρηση του κόστους χρηματοδότησης και διατήρησης των αποθεμάτων, ειδικές επενδύσεις σε εξοπλισμό, εγκαταστάσεις ή εκπαίδευση προσωπικού, ευθύνη έναντι τρίτων για ζημίες που προκαλούνται από πωλούμενο προϊόν (ενδεικτική απαρίθμηση)[459].

Θ.2.2.4. Συμπέρασμα

296) Σύμφωνα με όσα αναφέρονται ανωτέρω, για τους σκοπούς των άρθρων 1, 2 και 2α του ν. 703/1977 (νυν ν. 3959/2011) και των άρθρων 81 και 82 ΣυνθΕΚ (νυν 101 και 102 ΣΛΕΕ), στην παρούσα υπόθεση, υπό το πρίσμα του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού μπορούν να προσδιοριστούν ως επιχειρήσεις οι 1. ESTEE LAUDER, 2.ΠΝΓ, 3. CHRISTIAN DIOR, 4. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, 5. PLH, 6. NOTOS COM, οι οποίες βρίσκονται σε κάθετη σχέση με τις επιχειρήσεις GALERIE DE BEAUTE, SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., ATTICA, ROGE (HONDOS CENTER), καθόσον οι πρώτες λειτουργούν ως προμηθευτές των τελευταίων κι ως εκ τούτου, τόσο σε ό,τι αφορά τη μεταξύ τους σχέση (τη σχέση μεταξύ των χονδρεμπόρων δηλαδή) όσο και σε ό,τι αφορά τη σχέση τους με τους λιανέμπορους, ήτοι τις επιχειρήσεις GALERIE DE BEAUTE, SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ Α.Ε., ATTICA, ROGE (HONDOS CENTER), οφείλει καθεμία εξ αυτών να ασκεί αυτόνομη επιχειρηματική πολιτική.

[453] ΠΕΚ Τ-325/01, DaimlerChrysler κατά Επιτροπής, Συλλ. 2005, σελ. ΙΙ-3319, σκ. 85-87 επ.

[454] A contrario, στην ευρωπαϊκή έννομη τάξη η συγκεκριμένη διάκριση πλέον δεν υφίσταται υπό την έννοια ότι στις νέες Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς (ΕΕ C 130 της 19.5.2010, σελ. 1) ελλείπει πλέον η αναφορά ή διάκριση σε γνήσιες ή μη γνήσιες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας (Βλ. Ν. Ζευγώλη, Κάθετες συμφωνίες & ανταγωνισμός, εκδ. Σάκκουλα Αθήνα - Θεσσ/κη, 2012, σελ. 29). Αντίθετα, στις προηγούμενες κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς [ΕΕ C 291 της 13.10.2000, σελ.1] γινόταν από την Ευρωπαϊκή Επιτροπή σαφής διάκριση ανάμεσα σε γνήσια και μη γνήσια σύμβαση εμπορικής αντιπροσωπείας. Βλέπε λόγου χάριν παρ. 13 εδ. α΄, όπου αναφερόταν χαρακτηριστικά ότι «Εφόσον πρόκειται για γνήσιες συμβάσεις εμπορικής αντιπροσωπείας, οι υποχρεώσεις που επιβάλλονται στον αντιπρόσωπο όσον αφορά στις συμβάσεις που διαπραγματεύεται ή και συνάπτει για λογαριασμό του αντιπροσωπευόμενου δεν εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 81 παράγραφος 1».

[455] Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ C 291 της 13.10.2000, σελ. 1, παρ. 13, όπου ορίζεται ότι: «…. Καθοριστικό κριτήριο για να διαπιστωθεί αν το άρθρο 81 παράγραφος 1 έχει εφαρμογή είναι ο χρηματοοικονομικός ή ο εμπορικός κίνδυνος που φέρει ο αντιπρόσωπος ως προς τις δραστηριότητες για τις οποίες έχει οριστεί ως αντιπρόσωπος από τον αντιπροσωπευόμενο...». Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς», ΕΕ C 130 της 19.5.2010, σ. 1 (εφεξής «Νέες Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς»), παρ. 18.

[456] Βλ. Αποφάσεις Γενικού Δικαστηρίου Τ-325/01, Daimler Chrysler κατά Επιτροπής, Συλλ. 2005, σελ. ΙΙ-3319, σκ. 87, ΔΕΕ C-217/05, Confederación Española de Empresarios de Estaciones de Servicio κατά CEPSA, Συλλ. 2006, σελ. Ι-11987, σκ. 44-46 & 60 και C-279/06, CEPSA Estaciones de Servicio SA κατά LV Tobar e Hijos SL, Συλλογή 2008, σελ. Ι-6681, σκ.36 επ.

[457] ΔΕΚ C-73/95P, Viho Europe v. Επιτροπής, Συλλ. 1996, σελ. Ι-5457, σκ.15-18.

[458] Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 17: «… εφόσον ο αντιπρόσωπος αναλαμβάνει έναν ή περισσότερους από τους παραπάνω κινδύνους ή δαπάνες, τότε το άρθρο 81, παράγραφος 1 μπορεί να έχει εφαρμογή όπως για οποιαδήποτε άλλη κάθετη συμφωνία» και ομοίου περιεχομένου σκ. 17 στις νέες κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 17.

[459] Βλ. ενδεικτικά ΔΕΚ C-266/93, Bundeskartellamt κατά Volkswagen AG και VAG Leasing GmbH, Συλλ. 1995 σ. Ι-3477, σκ. 18-19. Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 16-18 και Νέες Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 16-17.

Θ.3. ΣΥΜΦΩΝΙΑ / ΕΝΑΡΜΟΝΙΣΜΕΝΗ ΠΡΑΚΤΙΚΗ

Θ.3.1. Γενικά

297) Σημειώνεται ότι στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού ο χαρακτηρισμός μιας οριζόντιας σύμπραξης ως συμφωνίας ή εναρμονισμένης πρακτικής δεν είναι κρίσιμος για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης. Είναι δε χαρακτηριστικό ότι τόσο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και τα ενωσιακά δικαστήρια εφαρμόζουν μια διευρυμένη άποψη ως προς την έννοια της «συμφωνίας». Σύμφωνα με τη συγκεκριμένη άποψη, συμφωνία υπάρχει εάν τα μέρη καταλήγουν σε συναίνεση σχετικά με ένα σχέδιο που περιορίζει ή δύναται να περιορίσει την κοινή ελευθερία τους, καθορίζοντας μεταξύ τους τις γραμμές της αμοιβαίας δράσης τους ή αποχής τους από δράση στην αγορά[460]. Υπό αυτό το πρίσμα, σημειώνεται ότι τόσο στην πρακτική της Ευρωπαϊκής Επιτροπής όσο και στην ενωσιακή νομολογία έχει γίνει δεκτό ότι δεν είναι κρίσιμο να γίνει σαφής διάκριση ανάμεσα σε «συμφωνία» και «εναρμονισμένη πρακτική», υπό την προϋπόθεση βεβαίως πως είναι δεδομένο με βάση τα στοιχεία της υπόθεσης ότι τα εμπλεκόμενα μέρη έχουν κάποια μορφή συνεργασίας[461].

298) Με βάση την ανωτέρω εννοιολογική κατ’ ουσίαν οριοθέτηση, η ΕΑ δεν είναι υποχρεωμένη, ιδίως όταν πρόκειται για περίπλοκη παράβαση του άρθρου 1 του ν. 703/1977 (και αντίστοιχα του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ), να θεωρήσει ότι ανταποκρίνεται σε μία εκ των δύο μορφών παράνομης συμπεριφοράς, διότι οι έννοιες της «συμφωνίας» και της «εναρμονισμένης πρακτικής» είναι ελαστικές και ενδέχεται να αλληλοεπικαλύπτονται[462]. Πράγματι, ενδέχεται να μην είναι καν δυνατός ο διαχωρισμός των δύο εννοιών, εφόσον μία παράβαση μπορεί να παρουσιάζει συγχρόνως τα χαρακτηριστικά και των δύο μορφών απαγορευμένης συμπεριφοράς, ενώ σε μεμονωμένη βάση ορισμένα στοιχεία θα μπορούσαν σαφώς να χαρακτηρίζουν τη μία ή την άλλη. Ωστόσο, όχι μόνο δεν θα ήταν σκόπιμο, αλλά πιθανόν να ήταν και εσφαλμένο μία διαρκής, ενιαία και κοινή πρακτική που έχει έναν και τον αυτό στόχο να υποδιαιρεθεί σε διακριτές μορφές παράβασης. Κατά συνέπεια, μία σύμπραξη μπορεί να αποτελεί ταυτόχρονα «συμφωνία» και «εναρμονισμένη πρακτική»[463].

[460] Βλ. Ζευγώλης Ν., Το καρτέλ στο Δίκαιο του Ανταγωνισμού, Νομική Βιβλιοθήκη, 2008, σελ. 35.

[461] Βλ. σχετικά ΕΑ 385/V/2008, ενότητα VII.3, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές. Σε συνάρτηση με τα ανωτέρω, παρατηρείται χαρακτηριστικά ότι: “Such types of collusion without formal agreement may be expected to increase when cartel agreements are forbidden” (Jacquemin Al., Theories of Industrial Organization and Competition Policy. What are the Links? In Competition, Efficiency and Welfare. Essays in Honor of Manfred Neumann, edited by D.C. Mueller, Alfred Haid and Jürgen Weigand, Kluwer Academic Publishers, 1999, σελ. 208].

[462] ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 81, με περαιτέρω παραπομπή σε ενδεικτική νομολογία: ΔΕΚ C-49/92, Επιτροπή κατά Anic, Συλλ. 1999, σελ I-4125, σκ.112-114, 131, C-8/08, T-Mobile Netherlands BV κ.α. κατά Raad van bestruur van de Nederlandse Mededingingsautoriteit, Συλλ. 2009, σελ. I-4529, σκ. 29 επ.

[463] ΠΕΚ T-7/89, SA Hercules κατά Επιτροπής, Συλλ.1991, II-1711, σκ.264, Απόφαση ΕΕπ. 2004/337/ΕΚ - Αυτογραφικό χαρτί, ΕΕ 2004, L115, σ. 1, σκ.318-320. ΕΑ 563/VII/2013, σκ. 81, ΔΕφΑθ 1617/2009, σκ.6.

Θ.3.2. Έννοια συμφωνίας

299) Τα άρθρα 1 ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ καλύπτουν όλες τις συμφωνίες που περιορίζουν τον ανταγωνισμό και δεν διαχωρίζουν μεταξύ συμφωνιών που συνάπτονται μεταξύ ανταγωνιστών, ήτοι επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται στο ίδιο οικονομικό επίπεδο (οριζόντιες) ή μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό οικονομικό επίπεδο (κάθετες)[464]. Εφόσον οι συμβαλλόμενες επιχειρήσεις απολαμβάνουν οικονομικής αυτονομίας[465], νόθευση ή περιορισμός του ανταγωνισμού δύναται να προκύψει και από συμφωνία μη ανταγωνιστών, επιχειρήσεων δηλαδή που δρουν σε διαφορετικό επίπεδο της αγοράς.

300) Προκειμένου να υπάρχει συμφωνία, αρκεί οι επιχειρήσεις να έχουν εκφράσει την κοινή βούλησή τους να συμπεριφερθούν στην αγορά κατά καθορισμένο τρόπο[466]. Όσον αφορά στη μορφή έκφρασης της εν λόγω κοινής βούλησης αυτή δεν είναι σημαντική, εφόσον αποτελεί την έκφραση της βούλησης των μερών να συμπεριφερθούν στην αγορά όπως ορίζεται στη συμφωνία αυτή[467]. Σε συνάρτηση με αυτές τις επισημάνσεις, γίνεται δεκτό ότι, προκειμένου να υπάρξει συμφωνία κατά την έννοια του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ, είναι επαρκές τα εμπλεκόμενα μέρη[468] «να έχουν εκφράσει την κοινή

[464] ΔΕΚ 56 & 58/64, Etablissements Consten & Grundig v. Commission, Συλλ. (ειδ.ελλ.έκδοση), σελ. 363, σκ. 339.

[465] Αντίθετα, συμβάσεις διανομής (distribution agreements) που συνάπτονται μεταξύ μητρικής και θυγατρικής επιχείρησης δεν δύναται να υπαχθούν στις απαγορεύσεις του άρθρου 1 του ν.703/77, καθώς αυτές οι συμφωνίες θεωρούνται ότι αποτελούν κατανομή λειτουργίας προσπαθειών ή ρόλου εντός της ιδίας οικονομικής οντότητας (single economic entity doctrine), βλ. C-73/95P, Viho Europe v. Commission, Συλλ. 1996, σελ.. I-5457,σκ.15-17.

[466] ΕΑ 563/VII/2013, σκ.74, με παραπομπή σε περαιτέρω νομολογία: ΣτΕ 2007/2013, σκ. 17, ΣτΕ 2780/2012, σκ. 4-6.

[467] Απόφαση ΕΕπ. 2003/675/ΕΚ, ο.π., σκ. 247 & 248, όπου ορίζεται ότι: «247. Μια συμφωνία υφίσταται όταν τα μέρη προσχωρούν σε κοινό σχέδιο που περιορίζει ή είναι πιθανό να περιορίσει την ατομική εμπορική τους συμπεριφορά μέσω του καθορισμού μιας γραμμής αμοιβαίας δράσης ή αποχής από τη δράση στην αγορά. Η συμφωνία δεν απαιτείται να έχει αποτυπωθεί εγγράφως. Δεν είναι απαραίτητη η ύπαρξη διατυπώσεων, συμβατικών κυρώσεων ή μέτρων εφαρμογής. Η ύπαρξη συμφωνίας μπορεί να είναι ρητή ή να συνάγεται από τη συμπεριφορά των μερών. 248. Στη νομολογία έχει αποδειχθεί ότι «για να υπάρχει συμφωνία υπό την έννοια του άρθρου [81] της συνθήκης, αρκεί οι οικείες επιχειρήσεις να έχουν εκφράσει την κοινή βούλησή τους να συμπεριφερθούν στην αγορά κατά καθορισμένο τρόπο»», με παραπομπή σε σχετική νομολογία (ΔΕΚ 41/69 ACF Chemiefarma κατά Επιτροπής, Συλλ. 1970, σελ.661, σκ. 112, συνεκδ.υποθ. 209-215 & 218/78, Van Landewyck κ.α.κατά Επιτροπής,Συλλ. 1980, σελ.3125, σκ. 86, Τ-7/89, ο.π., σκ. 256, T-41/96 Bayer AG κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, σελ.II-3383, σκ. 67.). Βλ. επίσης, T-9/99, HFB Holding κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, σελ.II-1487, σκ.199.

[468] Ο όρος «εμπλεκόμενα μέρη» εκτιμάται ότι προσιδιάζει περισσότερο στην έννοια της εναρμονισμένης πρακτικής. Πάντως, υπενθυμίζεται ότι σε κάθε περίπτωση, επειδή εφαρμόζεται μια διευρυμένη άποψη ως προς την έννοια της «συμφωνίας», έχει γίνει δεκτό ότι δεν είναι κρίσιμο να γίνει σαφής διάκριση ανάμεσα σε «συμφωνία» και «εναρμονισμένη πρακτική», υπό την απαραίτητη προϋπόθεση ωστόσο ότι είναι δεδομένη με βάση τα στοιχεία της υπόθεσης κάποια μορφή συνεργασίας ανάμεσα στα εμπλεκόμενα μέρη (βλ. ανωτέρω υπό παρ. 297) και ενδεικτικά ΕΑ 385/V/2008, ενότητα VII.3, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές).

τους βούληση να συμπεριφέρονται στην αγορά κατά ορισμένο τρόπο»[469]. Η μορφή με την οποία εκφράζεται η βούληση αυτή δεν έχει σημασία, αρκεί να αποτελεί πιστή έκφραση της βούλησης των μερών. Αυτό επομένως σημαίνει ότι δεν αποκλείεται να είναι και σιωπηρή η μορφή της[470]. Σε περίπτωση που δεν υπάρχει ρητή συμφωνία με την οποία εκφράζεται η σύμπτωση των βουλήσεων, η Ευρωπαϊκή Επιτροπή και τα ευρωπαϊκά δικαστήρια ή η εθνική αρχή ανταγωνισμού ή/και το εθνικό δικαστήριο θα πρέπει να αποδεικνύουν ότι η μονομερής πολιτική του ενός μέρους έχει τη συναίνεση του άλλου[471].

301) Επομένως, με βάση τις ανωτέρω επισημάνσεις συνάγεται ότι είναι αδιάφορη η γραπτή ή προφορική μορφή της, η ρητή ή σιωπηρή κατάρτισή της, η τυπική ή άτυπη μορφή της συναφθείσας σύμβασης. Ως εκ τούτου, προκύπτει αβίαστα ότι η έννοια της συμφωνίας στηρίζεται στην ύπαρξη σύμπτωσης των βουλήσεων δύο τουλάχιστον μερών, της οποίας η μορφή εκδήλωσης δεν είναι σημαντική εφόσον συνιστά πιστή έκφραση των βουλήσεων αυτών[472]. Η ύπαρξη συμφωνίας μπορεί να προκύπτει άμεσα ή έμμεσα από τη συμπεριφορά των μερών[473]. Ενδείξεις για την κοινή βούληση των μερών μπορούν να συναχθούν εμμέσως από την παράλληλη συμπεριφορά των ενεχομένων επιχειρήσεων, αν από τις εξηγήσεις που παρέχουν δεν αποδεικνύεται άλλη εύλογη ερμηνεία αυτής της συμπεριφοράς, όπως επίσης από εγγραφές και στοιχεία από εμπορικά ή φορολογικά βιβλία, εσωτερικά έγγραφα, ανακοινώσεις, αλληλογραφία, ακόμα δε και από μονομερείς δηλώσεις ή ανακοινώσεις μιας επιχείρησης, εφόσον αυτή δεν αποστασιοποιήθηκε ρητά[474]. Ο όρος «συμφωνία» μπορεί προσηκόντως να εφαρμοστεί όχι μόνο σε τυχόν γενικό σχέδιο ή στους ρητώς συμφωνηθέντες όρους, αλλά και στην υλοποίηση των συμφωνηθέντων βάσει των ίδιων μηχανισμών και κατά την επιδίωξη του ίδιου κοινού σκοπού. Η συμφωνία μπορεί κάλλιστα να διαφοροποιείται κατά καιρούς ή οι μηχανισμοί της να προσαρμόζονται ή να ενισχύονται ανάλογα με τις νέες εξελίξεις[475].

302) Σε ό,τι αφορά στις κάθετες συμφωνίες, η σιωπηρή συναίνεση (κατ’ ουσίαν πρόκειται για σιωπηρή εναρμονισμένη πρακτική) δύναται να συναχθεί από το επίπεδο εξαναγκασμού που έχει την ευχέρεια να ασκήσει ο ένας συμβαλλόμενος για την επιβολή της μονομερούς του πολιτικής στον άλλο ή στους άλλους αντισυμβαλλόμενους, σε συνάρτηση με το πόσοι διανομείς τελικά εφαρμόζουν πράγματι τη μονομερή πολιτική του προμηθευτή. Λόγου χάριν, η ύπαρξη ενός συστήματος ελέγχου και επιβολής κυρώσεων που εφαρμόζει ένας προμηθευτής για να τιμωρήσει τους διανομείς εκείνους οι οποίοι δεν συμμορφώνονται με τη μονομερή του πολιτική, υποδηλώνει σιωπηρή συναίνεση με τη μονομερή πολιτική του προμηθευτή, υπό την προϋπόθεση ότι το εν λόγω σύστημα επιτρέπει στον τελευταίο να εφαρμόζει στην πράξη την πολιτική του, τουλάχιστον ως ένα βαθμό. Δεν έχει σημασία αν συμμορφώνονται όλοι οι διανομείς. Αν συμμορφώνονται έστω κάποιοι, σημαίνει ότι το συγκεκριμένο σύστημα ελέγχου κι επιβολής κυρώσεων λειτουργεί και «πείθει» τουλάχιστον κάποιους (συνήθως αυτούς με τη μικρότερη διαπραγματευτική δύναμη) κι ως εκ τούτου η πολιτική του προμηθευτή είναι τελικά μονομερής μόνο κατά φαινόμενον (σε ό,τι αφορά τουλάχιστον τη σχέση του με τους συγκεκριμένους διανομείς που «πείστηκαν»). Παρατηρείται ότι η ύπαρξη ενός συστήματος ελέγχου και επιβολής κυρώσεων σε κάθετες συμφωνίες από την πλευρά του προμηθευτή προσομοιάζει με το σύστημα ανίχνευσης αποκλινουσών συμπεριφορών (cheating) και την ενδεχόμενη εφαρμογή αντιποίνων (retaliation) στις περιπτώσεις καρτέλ. Οι ως άνω δύο τρόποι διαπίστωσης της συναίνεσης, όπως περιγράφονται ανωτέρω, δύνανται να χρησιμοποιούνται συνδυαστικά, ενώ ενδιαφέρουν στην προκειμένη περίπτωση τις εξεταζόμενες πρακτικές σε οριζόντιο επίπεδο, ήτοι τη συντονισμένη απόσυρση αισθητικών συμβούλων σε συνδυασμό με τη συντονισμένη μη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων.

303) Οι λεγόμενες «συμφωνίες κυρίων» εκφράζουν, επίσης, πιστά την κοινή βούληση των μελών της σύμπραξης ως προς τη συμπεριφορά τους εντός της σχετικής αγοράς, που για την εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού θεωρούνται ως αδιαίρετη ενότητα[476]. Σε αυτήν την περίπτωση, παρέλκει να ερευνηθεί εάν οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις θεωρούν ότι δεσμεύονται (νομικά, πραγματικά ή ηθικά) να ακολουθήσουν τη συμφωνηθείσα μεταξύ τους συμπεριφορά[477]. Για την ύπαρξη «συμφωνίας», σημασία έχει η σύμπτωση βούλησης των συμβαλλομένων φυσικών ή νομικών προσώπων, νομικώς ή οικονομικώς διακεκριμένων μεταξύ τους, και αρκεί ότι κάθε μέρος εκούσια αναλαμβάνει να περιορίσει την ελευθερία του προς δράση σε σχέση με το άλλο[478]. Ο καθορισμός εκ μέρους των συμμετεχουσών σε μία συνάντηση επιχειρήσεων των «κανόνων παιχνιδιού» για τη συμπεριφορά τους στην αγορά συνιστά αναντίρρητα «συμφωνία» κατά την έννοια των άρθρων 1 και 81 (νυν 101), ακόμα και αν δεν συνάφθηκε «τυπική συμφωνία» αλλά απλά εκφράστηκε η επιθυμία ή η ευχή να ακολουθηθεί η συγκεκριμένη συμπεριφορά[479].

[469] Βλ. νέες Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, παρ. 25 α).

[470] Για τη δυσκολία αναζήτησης σιωπηρής συναίνεσης, βλέπε Ν. Ζευγώλη (παρ.) σε Τ-208/01[Volkswagen AG v. Commission], ΕΕμπΔ 4/2004, σελ. 849επ.

[471] Αναλυτικά για το θέμα, βλέπε Λ. Ντέκα, Τα μονομερή μέτρα των επιχειρήσεων ως κάθετες συμφωνίες του άρθρου 81 ΣΕΚ – Εξελίξεις στη νομολογία του ΔΕΚ και του ΠΕΚ, ΕυρΠολ, 3/2007, σελ. 815επ.

[472] ΔΕΚ 41/69, ο.π., σκ.112, Τ-41/96, ο.π., σκ.67-69, Τ-208/01, Volkswagen v. Commission, Συλλ. 2003, σκ.30-32.

[473] Βλ. 2004/104/ΕΚ, Απόφαση Ε.Επ., ΕΕ 2004, L 38, σελ.18, παρ.172.

[474] ΔΕφΑθ3807/2014, σκ. 3.

[475] Απόφαση ΕΕπ. 2003/675/ΕΚ, ό.π., παρ. 260 & 261 (αν και μια συμφωνία αποτελεί συλλογική ενέργεια, ο κάθε συμμετέχων στη συμφωνία μπορεί να διαδραματίσει το δικό του ιδιαίτερο ρόλο, με την άσκηση κυριαρχικού ρόλου, λόγω της κατοχής ηγετικής θέσης από έναν ή περισσότερους συμμετέχοντες.).

[476] T-141/89, Trefileurope κατά Επιτροπής, Συλλ. 1995, σελ. II-791, σκ.95-96 (με παραπομπή σε ΔΕΚ 41/69, Chemiefarma κατά Επιτροπής, Συλλ. 1969-1971, σελ.397, σκ.112, κ.α.), T-9/99, HFB Holding κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, σ.II-1487, σκ.200. Jones A. & Sufrin Br., EC Competition Law, Oxford University Press, 3rd ed., 2008, σ.149.

[477] Τ-9/99, ο.π., σκ.200

[478] Βλ. Jones A. & Sufrin Br., EC Competition Law, Oxford University Press, 3rd ed., 2008, σελ.149.

[479] Βλ. C-204/00 παρ.228, 248.

304) Μία επιχείρηση, η οποία εγκρίνει σιωπηρά μία παράνομη πρωτοβουλία χωρίς να αποστασιοποιηθεί δημοσίως από το περιεχόμενό της ή να την καταγγείλει στις διοικητικές αρχές, έχει ως αποτέλεσμα να ενθαρρύνει τη συνέχιση της παράβασης και δυσχεραίνει την αποκάλυψή της. Η συνέργεια αυτή συνιστά παθητικό ρόλο συμμετοχής στην παράβαση και είναι ικανή, επομένως, να επισύρει την ευθύνη της επιχείρησης στο πλαίσιο ενιαίας συμφωνίας[480]. Εξάλλου, δεν απαιτείται αντιανταγωνιστική πρόθεση, αλλά αρκεί το αντικειμενικά ενδεχόμενο αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα. Εφόσον το αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα είναι αντικειμενικά ενδεχόμενο, απαγορεύεται η σύμπραξη, έστω κι αν οι συμπράττοντες δεν αποσκοπούν στο αποτέλεσμα αυτό[481].

305) Σύμφωνα με πάγια νομολογία[482], το γεγονός ότι μια συμφωνία με την οποία επιδιώκεται εξ αντικειμένου ο περιορισμός του ανταγωνισμού δεν εφαρμόστηκε από τους συμβαλλομένους δεν αρκεί για να θεωρηθεί ότι η συμφωνία αυτή δεν εμπίπτει στην απαγόρευση του άρθρου 81 παρ. 1 της Συνθήκης, δεδομένης της σαφούς διατύπωσης της διάταξης του εν λόγω άρθρου, σύμφωνα με την οποία «[ε]ίναι ασυμβίβαστες με την κοινή αγορά και απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και κάθε εναρμονισμένη πρακτική, που δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών και που έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού …».

306) Έχει κριθεί ότι «άμεσες έγγραφες αποδείξεις» αποτελούν, τόσο τα εσωτερικά σημειώματα μίας επιχείρησης όσο και η κατάθεση-ομολογία μίας από τις εμπλεκόμενες στην παράβαση επιχειρήσεις. Τούτο δε παρά το γεγονός ότι τα σημειώματα και οι καταθέσεις αυτές μπορεί να ενοχοποιούν και άλλες επιχειρήσεις[483].

307) Αναφορικά με τις κάθετες συμφωνίες, υπενθυμίζεται ότι όταν μία απόφαση του προμηθευτή / παραγωγού συνιστά μονομερή συμπεριφορά της επιχείρησης, η απόφαση αυτή δεν εμπίπτει στις απαγορεύσεις του δικαίου του ανταγωνισμού[484]. «Συναίνεση» των μεταπωλητών (άρα και ύπαρξη «συμφωνίας») έχει θεωρηθεί ότι υφίσταται στην περίπτωση που αυτοί έχουν υπογράψει και αποδεχτεί συγκεκριμένες ρήτρες μίας σύμβασης,

[480] C-204/00, Aalborg Portland κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, σελ. I-123, σκ.80-87 & 328, T-303/02, Westfalen Gassen Nederland BV κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. II-4574, σκ.101-103,124.

[481] C-45/85, Verband κατά Επιτροπής, Συλλ.1987, σελ.405, σκ.35-42. Στη συγκεκριμένη υπόθεση, η προσφεύγουσα ισχυρίστηκε ενώπιον του ΔΕΚ ότι η σύσταση που απηύθυνε στα μέλη της δεν είχε σκοπό να περιορίσει τον ανταγωνισμό μεταξύ των μελών αλλά έγινε στο πλαίσιο της συνήθους και αναγκαίας μορφής συνεργασίας στην ασφαλιστική αγορά ιδίως σε σχέση με τον υπολογισμό του κινδύνου. Εντούτοις, στον ισχυρισμό αυτό το ΔΕΚ αποκρίθηκε ότι η σύσταση αφορούσε το συντονισμό της συμπεριφοράς των μελών της ένωσης αναφορικά με τις τιμές που (θα) εφαρμόζουν στη σχετική αγορά (βλ. σκ.42). Ως εκ τούτου, θεωρήθηκε ότι είχε ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού ανεξάρτητα από την υποκειμενική πρόθεση της ένωσης. Βλ. επίσης, C-246/86, Belasco κατά Επιτροπής, Συλλ. 1989, σ. 2117, σκ.40-42. Στη συγκεκριμένη υπόθεση, οι προσφεύγουσες υποστήριξαν ότι δεν είχαν πρόθεση να παραβιάσουν το άρθρο 81 παρ.1. Εντούτοις, το ΔΕΚ αποκρίθηκε ότι δεν είναι απαραίτητο η επιχείρηση να έχει επίγνωση ότι παρέβαινε την απαγόρευση του άρθρου 81 παρ.1, αρκεί ότι δεν μπορούσε να αγνοεί ότι η επίμαχη συμπεριφορά είχε ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Βλ. και Ανακοίνωση για τις κατευθυντήριες γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ΕΕ 2004, C 101, σελ.97, παρ.22, τελ. εδάφιο («Η απόδειξη της υποκειμενικής πρόθεσης των μερών να περιορίσουν τον ανταγωνισμό αποτελεί σημαντικό στοιχείο, αλλά όχι αναγκαία προϋπόθεση.»).

[482] Π.χ. ΔΕΚ 86/82 Hasselblad, Συλλ. 1984, σ. 883, C-277/87, Sandoz prodotti Farmaceutici κατά Επιτροπής, Συλλ. 1990, σ.I-45, C-89/85 κλπ, Ahlstrom κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σ.I-1307, σκ.175.

[483] C-204/00, ο.π., σκ.206-209, 237-244. Στη συγκεκριμένη υπόθεση, προβλήθηκε το επιχείρημα εκ μέρους της προσφεύγουσας ότι δεν μπορούσε η Επιτροπή να καταλήξει στο συμπέρασμα ότι η προσφεύγουσα παραβίασε το άρθρο 81 παρ.1 λόγω ομολογίας προερχόμενης από την εμπλεκόμενη στην υπόθεση ένωση επιχειρήσεων (βλ. παρ.204). Το ΔΕΚ, όμως, απέρριψε το εν λόγω επιχείρημα αποφαινόμενο ότι η αναγνώριση του δικαιώματος σιωπής που θα είχε ως αποτέλεσμα την προστασία των υπόλοιπων εμπλεκομένων επιχειρήσεων εμποδίζοντας μία εξ αυτών να καταθέσει εναντίον των υπολοίπων, υπερβαίνει στην πραγματικότητα το αναγκαίο για τη διαφύλαξη των άμυνας των επιχειρήσεων μέτρο και συνιστά αδικαιολόγητο εμπόδιο στην εκπλήρωση εκ μέρους της Επιτροπής της αποστολής της που συνίσταται στη μέριμνα για τη τήρηση των κανόνων του ανταγωνισμού στην κοινή αγορά (βλ. παρ.207-208). Επίσης, στη συγκεκριμένη υπόθεση, παρά τα επιχειρήματα της προσφεύγουσας ότι τα εσωτερικά σημειώματα και η κατάθεση- ομολογία της εμπλεκόμενης ένωσης επιχειρήσεων δεν συνιστούσαν αδιάσειστες αποδείξεις, το ΔΕΚ απέρριψε αυτά (βλ. παρ.237-244). Το σκεπτικό αυτό μπορεί να εφαρμοστεί και στη συγκεκριμένη υπόθεση.

[484] Υπό ορισμένες περιστάσεις, τα μέτρα που έλαβε ή επέβαλλε κατά φαινομενικά μονομερή τρόπο ο προμηθευτής / παραγωγός, στο πλαίσιο των συνεχών εμπορικών σχέσεων που διατηρεί με τους διανομείς του, θεωρούνται ότι συνιστούν συμφωνία κατά την έννοια των άρθρων 1 ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ. Επομένως, πρέπει να διακριθούν οι περιπτώσεις όπου μία επιχείρηση έλαβε ένα πράγματι μονομερές μέτρο και, συνεπώς, χωρίς τη ρητή ή σιωπηρή συμμετοχή άλλης επιχειρήσεως, από εκείνες στις οποίες ο μονομερής χαρακτήρας είναι αποκλειστικά φαινομενικός. Οι μεν πρώτες περιπτώσεις δεν εμπίπτουν στις απαγορεύσεις των διατάξεων του ν. 703/1977 και της ΣυνθΕΚ, ενώ από τις δεύτερες πρέπει να θεωρηθεί ότι προκύπτει συμφωνία μεταξύ επιχειρήσεων και, συνεπώς, μπορούν να εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των ως άνω διατάξεων. Τούτο συμβαίνει, μεταξύ άλλων, στην περίπτωση των πρακτικών και των μέτρων που περιορίζουν τον ανταγωνισμό και τα οποία, λαμβανόμενα κατά τα φαινόμενα μονομερώς από τον προμηθευτή / παραγωγό, στο πλαίσιο των συμβατικών σχέσεών του με τους μεταπωλητές του, τυγχάνουν εντούτοις τουλάχιστον της σιωπηρής αποδοχής των εν λόγω μεταπωλητών.

Πράγματι μονομερές μέτρο θεωρείται είτε εκείνο, το οποίο, λαμβανόμενο στο πλαίσιο των συμβατικών σχέσεων παραγωγούμεταπωλητών, δεν μπορεί να επιβληθεί κατά τρόπο αναγκαστικό από τον παραγωγό στους μεταπωλητές, δεν μπορεί δηλαδή να εξαναγκάσει τους μεταπωλητές στη τήρησή του (C-25 & 26/1984, Ford κατά Επιτροπής, Συλλ.1985, σελ.2725, σκ. 14 επ.), είτε εκείνο το οποίο δεν απαιτεί τη συνδρομή των μεταπωλητών προκειμένου να τεθεί σε εφαρμογή (C-2 & 3/2001P, Bundesverband & Επιτροπή κατά Bayer AG, Συλλ.2004, σελ.I-23, σκ.101 - 102).

Βλ. και νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ο.π., παρ.25 α): «…Ο κανονισμός απαλλαγής κατά κατηγορίες δεν εφαρμόζεται στη μονομερή συμπεριφορά των οικείων επιχειρήσεων. Η εν λόγω μονομερής συμπεριφορά μπορεί να εμπίπτει στο πεδίο εφαρμογής του άρθρου 102, το οποίο απαγορεύει τις καταχρήσεις δεσπόζουσας θέσης».

οι οποίες επιτρέπουν στον προμηθευτή / παραγωγό να τις αξιοποιήσει, προκειμένου να επιβάλλει μία πολιτική περιοριστική του ανταγωνισμού[485]. Ακόμα όμως και στην περίπτωση που δεν υφίστανται συμβατικές διατάξεις, η ύπαρξη «συμφωνίας» κατά την έννοια του άρθρου 1 του ν. 3959/2011 και 101 της ΣΛΕΕ, προϋποθέτει την ύπαρξη ρητής ή σιωπηρής συναίνεσης των μεταπωλητών στα μέτρα ή τις πρακτικές που λαμβάνει ο προμηθευτής / παραγωγός[486]. Συναίνεση υπάρχει εφόσον στις οδηγίες ή πρωτοβουλίες που συστήνει ή επιβάλλει ο παραγωγός, συμμορφώνονται, παρά τις πιθανές αντιδράσεις και διαμαρτυρίες τους οι μεταπωλητές, υπό την έννοια ότι τις θέτουν σε εφαρμογή[487]. Με άλλα λόγια, για την ύπαρξη σιωπηρής συναίνεσης, χρειάζεται να αποδειχθεί ότι ο ένας από τους συμβαλλόμενους ζητάει ρητά ή σιωπηρά τη συνεργασία του άλλου για την εφαρμογή της (φαινομενικά) μονομερούς του πολιτικής και ότι ο αντισυμβαλλόμενος συμμορφώθηκε με την απαίτηση αυτή εφαρμόζοντας την εν λόγω μονομερή πολιτική στην πράξη[488]. Επίσης, για τις κάθετες συμφωνίες, η σιωπηρή συναίνεση μπορεί να συνάγεται από το επίπεδο εξαναγκασμού που ασκείται από έναν συμβαλλόμενο για την επιβολή της μονομερούς του πολιτικής στο άλλο ή τα άλλα μέρη της συμφωνίας, σε συνδυασμό με τον αριθμό των διανομέων οι οποίοι εφαρμόζουν όντως στην πράξη τη μονομερή πράξη του προμηθευτή[489].

Θ.3.3. Η έννοια της εναρμονισμένης πρακτικής

308) Η ύπαρξη της εναρμονισμένης πρακτικής χαρακτηρίζεται από ένα αντικειμενικό και από ένα υποκειμενικό κριτήριο[490]. Το αντικειμενικό κριτήριο συνίσταται στη συμπεριφορά που εναρμονίζεται, στην κοινή δράση, στην ομοιόμορφη δραστηριοποίηση των επιχειρήσεων στη σχετική αγορά. Το υποκειμενικό κριτήριο συνίσταται στη βούληση προς εναρμόνιση και κοινή δράση, όπως αυτή εκδηλώνεται μέσα από πληθώρα πραγματικών περιστατικών, τα οποία βρίσκονται σε μία σχέση αιτιώδους συνάφειας προς μία πρόθεση ενημέρωσης, αποβλέπουσας στην επιρροή της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς τρίτων[491]. Εκτιμάται ότι το υποκειμενικό κριτήριο είναι εκείνο που διαφοροποιεί την εναρμονισμένη πρακτική από την απλή παράλληλη συμπεριφορά. Επίσης, θα πρέπει κανείς να λαμβάνει υπόψη του ότι το υποκειμενικό κριτήριο εκδηλώνεται όχι μέσα από ένα μόνο πραγματικό περιστατικό, αλλά από πληθώρα πραγματικών περιστατικών.

309) Ειδικότερα, η έννοια της εναρμονισμένης πρακτικής αφορά σε μορφή συντονισμού μεταξύ επιχειρήσεων, που χωρίς να φθάνει μέχρι τη σύναψη μιας κατά κυριολεξία σύμβασης, αντικαθιστά ηθελημένα τους κινδύνους, που ενέχει ο ανταγωνισμός με την έμπρακτη συνεργασία των επιχειρήσεων αυτών[492]. Τα κριτήρια συντονισμού πρέπει να νοούνται υπό το φως της αντιλήψεως που είναι συνυφασμένη με τις περί ανταγωνισμού διατάξεις, κατά την οποία κάθε επιχειρηματίας πρέπει να καθορίζει κατά τρόπο αυτόνομο την πολιτική που προτίθεται να ακολουθήσει στη σχετική αγορά[493].

310) Αυτή η απαίτηση αυτονομίας δεν αποκλείει μεν το δικαίωμα των επιχειρηματιών να προσαρμόζονται επιτηδείως στη διαπιστούμενη ή αναμενόμενη συμπεριφορά των ανταγωνιστών, πλην όμως αντιτίθεται αυστηρώς σε κάθε άμεση ή έμμεση επαφή μεταξύ τους, η οποία δύναται είτε να επηρεάσει τη συμπεριφορά ενός υφιστάμενου ή δυνητικού ανταγωνιστή στην αγορά, είτε να αποκαλύψει σε έναν ανταγωνιστή τη συμπεριφορά που ο επιχειρηματίας έχει αποφασίσει ή σκέπτεται να ακολουθήσει στην αγορά[494], όταν οι επαφές αυτές έχουν ως αποτέλεσμα ή σκοπό τη δημιουργία συνθηκών ανταγωνισμού μη αντιστοιχουσών στις κανονικές συνθήκες της εν λόγω αγοράς[495].

311) Για να στοιχειοθετηθεί, επομένως, εναρμονισμένη πρακτική δεν είναι αναγκαίο να αποδειχθεί ότι ένας επιχειρηματίας ανέλαβε επισήμως δέσμευση έναντι ενός ή περισσότερων άλλων να υιοθετήσει συγκεκριμένη συμπεριφορά ή ότι οι ανταγωνιστές καθόρισαν από κοινού τη μελλοντική τους συμπεριφορά στην αγορά[496]. Αρκεί ότι ένας επιχειρηματίας αποκαλύπτει τις μελλοντικές του προθέσεις ή τη συμπεριφορά του στην αγορά σε ανταγωνιστή όταν ο τελευταίος το ζητάει ή τουλάχιστον το αποδέχεται[497].

[485] C-338/00 P, Volkswagen κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σελ.I-9189, σκ. 65 επ. βλ. επίσης Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ.25 α): «…η συναίνεση μπορεί να συναχθεί από τις εξουσίες που παρέχονται στα μέρη με προϋφιστάμενη γενική συμφωνία. Εάν οι ρήτρες της υφιστάμενης συμφωνίας προβλέπουν ή επιτρέπουν σε έναν από τους συμβαλλόμενους να υιοθετήσει εν συνεχεία συγκεκριμένη μονομερή πολιτική που θα είναι δεσμευτική για τον αντισυμβαλλόμενο, μπορεί στη βάση αυτή να αποδειχθεί η συναίνεση του αντισυμβαλλομένου με την εν λόγω πολιτική….», με παραπομπή στην υπόθεση C-74/04 P, Επιτροπή κατά Volkswagen, Συλλ. 2006, σελ. I-6585.

[486] C-74/04 P, Επιτροπή κατά Volkswagen AG, Συλλ.2006, σελ. I-6585, σκ.46.

[487] Βλ. ΕΑ 332/V/2007, σκ..30, με παραπομπή σε περαιτέρω νομολογία.

[488] Βλ. νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ο.π., παρ. 25 α), με παραπομπή σε σχετική νομολογία (ενδεικτικά: T-41/96, Bayer κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, σελ.II-3383) και παράθεση σχετικών παραδειγμάτων.

[489] Βλ. νέες Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ο.π., παρ. 25 α), με παράθεση σχετικών παραδειγμάτων: «… Για παράδειγμα, η ύπαρξη ενός συστήματος ελέγχου και επιβολής κυρώσεων που εφαρμόζει ένα προμηθευτής για να τιμωρήσει τους διανομείς εκείνους οι οποίοι δεν συμμορφώνονται με τη μονομερή του πολιτική, υποδηλώνει σιωπηρή συναίνεση με τη μονομερή πολιτική του προμηθευτή, εάν το εν λόγω σύστημα επιτρέπει στον τελευταίο να εφαρμόζει την πράξη την πολιτική του…».

[490] Βλ. Λιακόπουλος Θ., Βιομηχανική Ιδιοκτησία, εκδ. Π.Ν.Σάκκουλας, 5η έκδοση, 2000, σελ. 514-516, με περαιτέρω παραπομπές σε ελληνική και αλλοδαπή βιβλιογραφία.

[491] Βλέπε Κοντοβαζαινίτη Θ., Εναρμονισμένη Πρακτική, σε Ι. Γ. Σχινά, Προστασία του Ελεύθερου Ανταγωνισμού (Η πρακτική της ΕΠΑ/ΕΑ), 1992, σελ. 79.

[492] T-9/99, ο.π., σκ.211, με παραπομπή σε περαιτέρω νομολογία, T-25/95, Cimenteries CBR κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, σελ.II-491, σκ.3150, ΕΑ 563/VII/2013, σκ.76.

[493] T-9/99, ο.π., σκ.212, T-1/89, Rhone-Poulenc SA κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σελ.II-867, σκ. 121, ΕΑ 563/VII/2013, ό.π.

[494] ΕΑ 563/VII/2013, ό.π.

[495] T-9/99, ο.π., σκ.212, με παραπομπή σε περαιτέρω νομολογία.

[496] T-25/95, ο.π., σκ. 1852 (και παρ. 19 περίληψης)

[497] T-25/95, ο.π., σκ. 1849 (και παρ. 18 περίληψης), ΕΑ 563/VII/2013, ό.π.

312) Μία εναρμονισμένη πρακτική εμπίπτει στα άρθρα 1 ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ έστω και αν δεν σημειώνονται στην αγορά αποτελέσματα τα οποία πλήττουν τον ανταγωνισμό[498]. Από τη διατύπωση των ανωτέρω διατάξεων, προκύπτει (όπως ισχύει και για τις συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων και τις αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων) ότι η εναρμονισμένη πρακτική απαγορεύεται ασχέτως αποτελέσματος, άπαξ έχει αντίθετο στον ανταγωνισμό σκοπό[499]. Άλλωστε, όπως ήδη αναφέρθηκε ανωτέρω[500], σύμφωνα με τη διάταξη του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/1977, «[ε]ίναι ασυμβίβαστες με την κοινή αγορά και απαγορεύονται όλες οι συμφωνίες μεταξύ επιχειρήσεων, όλες οι αποφάσεις ενώσεων επιχειρήσεων και κάθε εναρμονισμένη πρακτική, που δύνανται να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ κρατών μελών και που έχουν ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού …». Επομένως, συνάγεται με ασφάλεια ότι η ύπαρξη αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων δεν επιβάλλεται να συντρέχει, ωστόσο εφόσον συντρέχει και αυτή θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ως προς τη σοβαρότητα της παράβασης, η οποία προφανώς θα επηρεάζει και τον υπολογισμό του ύψους ενδεχόμενου προστίμου.

313) Η έννοια της εναρμονισμένης πρακτικής προϋποθέτει ύπαρξη επαφών χαρακτηριζόμενων από αμοιβαιότητα. Αυτή η προϋπόθεση της αμοιβαιότητας πληρούται οσάκις η εκ μέρους ενός ανταγωνιστή αποκάλυψη σε άλλον ανταγωνιστή των μελλοντικών του προθέσεων ή της μελλοντικής του συμπεριφοράς στην αγορά ζητήθηκε από τον δεύτερο ή ο επιχειρηματίας αυτός δεν εξέφρασε καμία επιφύλαξη ή αντίρρηση όταν ο ανταγωνιστής του γνωστοποίησε τις προθέσεις του[501]. Οι περιπτώσεις συντονισμού της συμπεριφοράς μεταξύ επιχειρήσεων που εμπίπτουν στα άρθρα 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ είναι εκείνες, στις οποίες τουλάχιστον μία από τις επιχειρήσεις δεσμεύεται να υιοθετήσει έναντι άλλης ορισμένη συμπεριφορά στην αγορά, ή κατόπιν επαφών μεταξύ τους διαλύεται ή τουλάχιστον περιορίζεται ουσιωδώς η αβεβαιότητα ως προς τη συμπεριφορά τους στην αγορά. Συνεπώς, ο συντονισμός μπορεί να αφορά τη συμπεριφορά τουλάχιστον ενός εκ των μερών στην αγορά. Σε συνάρτηση με τα ανωτέρω υπογραμμίζεται ότι δεν είναι απαραίτητο ο συντονισμός να είναι προς το συμφέρον όλων των ενδιαφερομένων επιχειρήσεων[502]. Σημειώνεται, ότι ο συντονισμός δεν πρέπει κατ’ ανάγκην να είναι ρητά εκφρασμένος, μπορεί να είναι και σιωπηρός[503]. Προκειμένου να είναι δυνατό να θεωρηθεί ότι μια συμφωνία έχει συναφθεί με σιωπηρή αποδοχή θα πρέπει να έχει διατυπωθεί πρόταση από μια επιχείρηση προς μια άλλη, είτε ρητά είτε έμμεσα, για την από κοινού εκπλήρωση ενός σκοπού/στόχου[504]. Σε ένα τέτοιο πλαίσιο, η εφαρμογή του δικαίου του ανταγωνισμού θα πρέπει να γίνει με βήμα προς βήμα προσέγγιση, αφού στην ουσία τη βασικότερη επιδίωξη αποτελεί η διάκριση των συγκεκαλυμμένων ή σιωπηρών cartels από τις πιθανόν εύλογες (απλές) παράλληλες εμπορικές πρακτικές που υπαγορεύουν ιδίως οι ολιγοπωλιακές συνθήκες ανταγωνισμού[505] που ενδέχεται να χαρακτηρίζουν την υπό έρευνα αγορά.

314) Από εμπλεκόμενη εταιρία προβλήθηκε ο ισχυρισμός ότι δεν υπάρχει κανένα νομολογιακό προηγούμενο καταδικαστικής αποφάσεως για εναρμονισμένη πρακτική σε επίπεδο Επιτροπής Ανταγωνισμού και Διοικητικού Εφετείου Αθηνών επί τη βάσει παράλληλης συμπεριφοράς η οποία δεν μπορεί να εξηγηθεί διαφορετικά. Ωστόσο, το Διοικητικό Εφετείο Αθηνών με την υπ’ αριθμ. 2094/2007 απόφασή του απέρριψε την προσφυγή κατά της υπ’ αριθμ. 263/V/2004 απόφασης της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού. Στην απόφασή της αυτή, η Επιτροπή Ανταγωνισμού διαπίστωσε ότι οκτώ επιχειρήσεις πώλησης υγρών καυσίμων του Νομού Άρτας κατά το χρονικό διάστημα από 28.07.2003 έως 21.12.2003 προέβαιναν σε αυξήσεις ή ακόμη και μειώσεις των τιμών των επιμέρους σχετικών προϊόντων είτε ταυτόχρονα είτε με μικρή χρονική υστέρηση, κατά το ίδιο ποσοστό πωλώντας τα προϊόντα της σχετικής αγοράς, βενζίνη δηλαδή και πετρέλαιο κίνησης, στις ίδιες τιμές. Κατά την Επιτροπή Ανταγωνισμού, επρόκειτο για μία de facto διαπιστωμένη παράλληλη συμπεριφορά που, επειδή διαρκούσε για σημαντικό χρονικό διάστημα και εκδηλωνόταν από επιχειρήσεις με διαφορετικά δομικά χαρακτηριστικά μεταξύ τους από απόψεως κόστους και ζήτησης, αποτελούσε «ισχυρό αποδεικτικό τεκμήριο για την ύπαρξη εναρμονισμένης πρακτικής»[506]. Με τη συγκεκριμένη απόφασή του, το Δικαστήριο επιχείρησε και μία εννοιολογική οριοθέτηση της παράλληλης συμπεριφοράς και της διάκρισης αυτής από την εναρμονισμένη πρακτική. Ειδικότερα, το Διοικητικό Εφετείο στην παρ. 6 της ως άνω απόφασης αναφέρει επιλέξει τα εξής: «Εξάλλου, η ύπαρξη παράλληλης συμπεριφοράς που στοιχειοθετείται όταν μία επιχείρηση αντιγράφει εμπορικά τη συμπεριφορά της ανταγωνίστριας της, ώστε να την ανταγωνιστεί καλύτερα στην ελεύθερη αγορά και να κερδίσει μερίδιο των αγοραστών, δεν μπορεί να θεωρηθεί ως απόδειξη εναρμονισμένης πρακτικής, παρά μόνον όταν η ύπαρξη τέτοιας πρακτικής αποτελεί τη μόνη βάσιμη εξήγηση για τη συμπεριφορά αυτή». Δηλαδή, σύμφωνα με το εθνικό δικαστήριο, η εμπορική αντιγραφή της συμπεριφοράς ανταγωνιστικών επιχειρήσεων που οφείλεται στην πρόθεση του αντιγραφέα να ανταγωνιστεί αποτελεσματικότερα, προκειμένου να αυξήσει το μερίδιο του, συνιστά

[498] C-199/92 P, Huls κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σελ. I-4287, σκ.163.

[499] C-199/92 P, ο.π., σκ.164.

[500] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 304) (Θ.3.2.1.Γενικά).

[501] T-25/95, ο.π., σκ.1849 (και παρ.18 περίληψης).

[502] Βλ. Ανακοίνωση ΕΕπ. για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3 ό.π., παρ. 15.

[503] Ό.π.

[504] Ό.π.

[505] Για μία περισσότερο οικονομική ανάλυση σχετικά με το ολιγοπώλιο, βλέπε Stigler G., A Theory of Oligopoly, The Journal of Political Economy, Vol. 72, No. 1 (Feb. 1964), pp. 44-61. Για μία περισσότερο νομική ανάλυση σχετικά με το ολιγοπώλιο, βλέπε Τζουγανάτος Δ., Ολιγοπώλιο & συλλογική δεσπόζουσα θέση στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού, Νομική Βιβλιοθήκη, 2004, σελ. 51επ., καθώς επίσης και σελ. 92-98.

[506] Βλέπε σχετικά Τριανταφυλλάκη (επιμ.), με τη συνεργασία των Μ. Δερεδάκη και Ιωαν. Κόκκορη, Ελεύθερος Ανταγωνισμός. Πρακτική – Νομολογία εθνική & ευρωπαϊκή, 2005, σελ. 11.

απλή παράλληλη συμπεριφορά και όχι εναρμονισμένη πρακτική. Με απλά λόγια το να παρακολουθεί κάθε πρωί ένας έμπορος τις τιμές πώλησης των γειτνιαζόντων ανταγωνιστών του και στη συνέχεια να βάζει παρεμφερείς τιμές στα προϊόντα που πωλεί δεν συνιστά εναρμονισμένη πρακτική. Η εναρμονισμένη πρακτική χρειάζεται δύο υποκείμενα κατ’ ελάχιστον, πράγμα το οποίο σημαίνει ότι προϋποθέτει οπωσδήποτε μία μορφή συνεννόησης είτε ρητής είτε σιωπηρής. Δεδομένου ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση δεν βρέθηκε κανένα αποδεικτικό στοιχείο, κατ’ ουσίαν, πρόκειται για καθαρή περίπτωση σιωπηρής εναρμονισμένης πρακτικής, απολύτως διακριτής από τις περιπτώσεις «αθώας» παράλληλης συμπεριφοράς.

315) Επίσης, το Διοικητικό Εφετείο Αθηνών με την υπ’ αριθμ. 3695/2008 απόφασή του απέρριψε την προσφυγή κατά της υπ’ αριθμ. 327/V/2007 απόφασης της Ελληνικής Επιτροπής Ανταγωνισμού. Στην απόφασή της αυτή, η Επιτροπή Ανταγωνισμού κατόπιν αυτεπάγγελτης έρευνας -με αφορμή σχετική καταγγελία από την πλευρά της Διεθνούς Ενώσεως Αερομεταφορών Προσώπων (ΙΑΤΑ)- διαπίστωσε ότι οι εταιρίες ΕΛΛΗΝΙΚΑ ΠΕΤΡΕΛΑΙΑ (ΕΛΠΕ) και ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ ΕΛΛΑΣ (ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ) προέβησαν σε σιωπηρή εναρμονισμένη πρακτική, παραβιάζοντας με τον τρόπο αυτό τη διάταξη του άρθρου 1 παρ. 1 του ν. 703/1977. Ειδικότερα, οι εταιρίες ΕΛΠΕ και ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ υιοθέτησαν ομοιόμορφη συμπεριφορά ως προς τα εξής τρία σημεία: α) ως προς το χρόνο μετάβασης στο νέο δείκτη Platt’s (ήτοι 1.1.2003) β) ως προς το ύψος της ανατίμησης των τιμών αεροπορικού καυσίμου εξαιτίας της μετάβασης αυτής και γ) ως προς τον τρόπο κάλυψης του κόστους αποθεμάτων ασφάλειας μέσω της μετάβασης από τον παλαιό στο νέο δείκτη, δηλ. μέσω της ανατίμησης που επήλθε από τη διαφορά του παλαιού με το νέο δείκτη.

316) Η Επιτροπή Ανταγωνισμού στη συγκεκριμένη υπόθεση ορθώς έκρινε ότι, προκειμένου να σχηματίσει πεποίθηση, «θα πρέπει να εκτιμήσει όλες τις ενδείξεις, όχι μεμονωμένα αλλά στο σύνολό τους, λαμβανομένων υπόψη των χαρακτηριστικών της σχετικής αγοράς. Σημαντική ένδειξη μπορεί να αποτελέσει και ο παραλληλισμός της συμπεριφοράς, εφόσον καταλήγει σε όρους ανταγωνισμού που δεν ανταποκρίνονται στους φυσιολογικούς όρους της αγοράς, λαμβανομένης υπόψη της φύσεως των προϊόντων, της σπουδαιότητας του αριθμού των επιχειρήσεων και του όγκου της αγοράς (ICI, ό.π., σκέψη 66)»[507]. Στην προκειμένη περίπτωση η Επιτροπή Ανταγωνισμού διαπίστωσε ότι με βάση τα στοιχεία του φακέλου και την ακροαματική διαδικασία «οι καταγγελόμενες εταιρίες αντέδρασαν ταυτόχρονα, και κατά τρόπο ομοιόμορφο στην εισαγωγή της υποχρέωσης τήρησης αποθεμάτων και ενημέρωσαν σχεδόν ταυτόχρονα τους πελάτες τους (εταιρίες εμπορίας) ως προς την απόφασή τους να καλύψουν το κόστος της ανωτέρω υποχρέωσης μέσω της μετάβασης στο Νέο Δείκτη»[508].

317) Επιπροσθέτως, είναι χαρακτηριστικό ότι κατά την έρευνα της Γενικής Διεύθυνσης Ανταγωνισμού βρέθηκαν τηλεομοιοτυπικά μηνύματα, φάξ δηλαδή, των εταιριών ΠΕΤΡΟΛΑ και ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ «που απεστάλησαν την ίδια ακριβώς ημερομηνία (ήτοι την 23.12.2002, ουσιαστικά την τελευταία εργάσιμη του χρόνου) στην εταιρεία εμπορίας AVINOIL, η οποία προμηθευόταν και από τις δύο αυτές εταιρείες διύλισης, σχετικά με την απόφασή τους να προσαρμοστούν στο νέο δείκτη από 1.1.2003 και σχετικά με τον τρόπο ενσωμάτωσης του κόστους τήρησης των αποθεμάτων»[509]. Η ύπαρξη μηνυμάτων φάξ την ίδια ημέρα με το ίδιο ουσιαστικό περιεχόμενο από δύο ανταγωνιστικές επιχειρήσεις προς τον πελάτη τους συνιστά στοιχείο που μάλλον απομακρύνει ως ένα βαθμό τη συγκεκριμένη υπόθεση από τις περιπτώσεις εκείνες αμιγούς σιωπηρής εναρμονισμένης πρακτικής, καθώς στην προκειμένη περίπτωση υπάρχουν και άμεσες έγγραφες αποδείξεις που οδηγούν την έρευνα της Επιτροπής προς μία συγκεκριμένη κατεύθυνση, αυτή της ύπαρξης εναρμονισμένης πρακτικής. Το συγκεκριμένο στοιχείο είναι το πλέον ουσιαστικό για τη διαπίστωση εναρμονισμένης πρακτικής[510].

Θ.3.5 Η αξία ενός και μόνο εγγράφου για την απόδειξη παράβασης στο δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού

318) Από την ως άνω ανάλυση συνάγεται ότι η Επιτροπή Ανταγωνισμού δεν εμποδίζεται να καταλήξει στην ύπαρξη παραβάσεως των κανόνων του ελεύθερου ανταγωνισμού, αξιολογώντας και αξιοποιώντας ένα και μόνο έγγραφο, υπό την προϋπόθεση ότι η αποδεικτική αξία του συγκεκριμένου εγγράφου δεν αμφισβητείται, καθώς και ότι αυτό το έγγραφο αποδεικνύει από μόνο του με βεβαιότητα την ύπαρξη της ως άνω παραβάσεως[511]. Στην εξεταζόμενη δε περίπτωση τα επίμαχα

[507] Βλέπε παρ. 64 της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

[508] Βλέπε παρ. 66 της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

[509] Βλέπε παρ. 67 της απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού.

[510] Το γεγονός ότι α) η Επιτροπή Ανταγωνισμού διαπίστωσε επιπλέον των ανωτέρω ότι «τόσο τα ΕΛ.ΠΕ όσο και η ΜΟΤΟΡ ΟΪΛ, σε επικοινωνία που είχε η καθεμία με διαφορετική εταιρία εμπορίας - πελάτη της στις 20/12/2002 και 3/1/2003 αντίστοιχα, τους ενημέρωσαν (μέσω της αποστολής σχεδίου σύμβασης) ότι οι τιμές συμπεριλαμβάνουν και το κόστος τήρησης των αποθεμάτων ασφαλείας»[510], και β) ότι από σχετικές επιστολές που απέστειλαν οι εμπλεκόμενες εταιρίες αποσαφήνισε ότι «και οι δύο καταγγελόμενες εταιρίες ανακοίνωσαν ταυτόχρονα (κατά τη διάρκεια του τελευταίου δεκαημέρου του Δεκεμβρίου 2002), στις εταιρείες εμπορίας αεροπορικών καυσίμων την απόφασή τους για κάλυψη του κόστους αποθεμάτων ασφαλείας μέσα από την προσαρμογή στο νέο δείκτη από 1.1.2003»[510] ουσιαστικά λειτουργούν προς επίρρωση των ανωτέρω.

[511] Για το ζήτημα εάν μία αρχή ανταγωνισμού μπορεί να βασιστεί σε ένα και μόνο έγγραφο προκειμένου να διαπιστώσει παράβαση των κανόνων του ελεύθερου ανταγωνισμού, έχει ήδη αποφανθεί με τρόπο πάγιο η ενωσιακή νομολογία. Ειδικότερα, κατά την κρίση των συνεκδικαζόμενων υποθέσεων Τ-25/95, Τ-26/95, κ.λπ., το ΠΕΚ στην παρ. 1838 επισημαίνει τα εξής: «Ωστόσο, επισημαίνεται ότι καμία αρχή του κοινοτικού δικαίου δεν κωλύει την Επιτροπή να στηρίζεται σε ένα και μόνον έγγραφο για να καταλήξει στην ύπαρξη παραβάσεως του άρθρου 85, παράγραφος 1, της Συνθήκης, υπό την προϋπόθεση ότι η αποδεικτική αξία του εγγράφου αυτού είναι αναμφίβολη και ότι το εν λόγω έγγραφο αποδεικνύει από μόνο του με βεβαιότητα την ύπαρξη της ως άνω παραβάσεως. Συναφώς, για την εκτίμηση της αποδεικτικής αξίας ενός εγγράφου πρέπει προπάντων να ελέγχεται η ακρίβεια της περιεχόμενης σ’ αυτό πληροφορίας. Πρέπει επομένως να λαμβάνεται υπόψη η προέλευση του εγγράφου, οι περιστάσεις υπό τις οποίες καταρτίστηκε, ο αποδέκτης του και αν, σύμφωνα με το περιεχόμενό

έγγραφα (ήτοι οι εξώδικες οχλήσεις που αντηλάγησαν μεταξύ των εμπλεκομένων χονδρεμπόρων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής που είναι κρίσιμες για τη διαπίστωση παράβασης) είναι περισσότερα του ενός. Επιπλέον, λαμβανομένης υπόψη της προέλευσης των εν λόγω εγγράφων/εξωδίκων οχλήσεων, η αξιοπιστία των οποίων δεν αμφισβητείται, των περιστάσεων υπό τις οποίες αυτά καταρτίστηκαν, των αποδεκτών τους, καθώς και του γεγονότος ότι, σύμφωνα με το περιεχόμενό τους, μπορούν αυτά με ασφάλεια να αποτελέσουν άμεσες έγγραφες αποδείξεις για τη διαπίστωση παράβασης από μέρους των εμπλεκομένων επιχειρήσεων χονδρικής πώλησης καλλυντικών προϊόντων υψηλής ποιότητας και τιμής, όπως θα καταδειχθεί και εξειδικευθεί περαιτέρω στη συνέχεια.

Θ.3.6. Υπαγωγή - Συμπέρασμα

Θ.3.6.1. Συμφωνίες με οριζόντια χαρακτηριστικά

319) Στις 23.01.2006, η καταγγέλλουσα εταιρία NOTOS αποστέλλει εξώδικη δήλωση προς τις εταιρίες L’OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR, στην οποία τις καταγγέλλει αφενός ότι δεν χορήγησαν πιστωτικά σημειώματα για υποστήριξη των χειμερινών εκπτώσεων και αφετέρου ότι ταυτόχρονα απέσυραν τις αισθητικούς συμβούλους από τα καταστήματα μόνο της NOTOS COM[512]. Στις 06.02.2006, η CHRISTIAN DIOR με εξώδικη δήλωση προς την εταιρία NOTOS[513], της επισημαίνει ότι «…κατά τη πρώτη μέρα των εκπτώσεων αιφνιδιαστικά και χωρίς καμία προειδοποίηση ή ενημέρωση εκ μέρους σας διαπιστώσαμε ότι πουλούσατε τα προϊόντα σας σε ποσοστό έκπτωσης που υπερέβαινε τα συμφωνηθέντα με την εταιρία μας αλλά και τις λοιπές εταιρίες, κατά των οποίων αναφέρεσθε στα εξώδικά σας. Συγκεκριμένα, διαπιστώσαμε με έκπληξη ότι πουλούσατε τα δικά σας προϊόντα με έκπτωση 60% αντί του 50% που είχαμε συμφωνήσει ότι θα πωλούνταν όλα τα είδη αδιακρίτως, δηλαδή τόσο τα δικά σας όσο και τα δικά μας και των λοιπών εταιριών… ΟΥΔΕΠΟΤΕ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΥΠΗΡΞΕ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΕΚΠΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΚΩΝ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ ΕΤΑΙΡΙΩΝ πράγμα λογικό διότι έτσι μόνο εξασφαλίζεται η προστασία του υγιούς ανταγωνισμού μεταξύ των εταιριών μας και πάνω σε αυτή τη βάση στηριζόταν έως τώρα η συνεργασία μας με την εταιρία μας και τις λοιπές εταιρίες. … η αυθαίρετη αλλαγή της πολιτικής εκπτώσεων που εφαρμόσατε για πρώτη φορά στις φετινές εκπτώσεις αποτελεί… συμπεριφορά αντίθετη σε κάθε έως σήμερα συμφωνία και συναλλακτική πρακτική και συνιστά σοβαρή ζημιωτική πράξη των οικονομικών μας και όχι μόνο συμφερόντων…»[514].

320) Στην απάντησή της σε σχετικό ερώτημα της ΓΔΑ, μετά από 6 μήνες από την ανωτέρω δήλωση, η CHRISTIAN DIOR διευκρινίζει με έμφαση ότι δεν υπήρξε οποιουδήποτε είδους συμφωνία με τις υπόλοιπες εταιρίες για την τήρηση της συνήθους έκπτωσης ύψους 50% κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων[515]. Η διευκρίνιση αυτή δεν φαίνεται πειστική, καθώς κατά τα ανωτέρω στην από 06.02.2006 εξώδικη επιστολή της γίνεται από την ίδια την CHRISTIAN DIOR αβίαστα ευθεία και σαφής αναφορά σε «συμφωνία» μεταξύ των εταιριών για τήρηση του ανώτατου ποσοστού έκπτωσης 50%[516], η οποία μάλιστα, όπως αναφέρεται χαρακτηριστικά, δεν τηρείται «για πρώτη φορά στις φετινές εκπτώσεις». Ως εκ τούτου, η επιστολή αυτή[517], η οποία σημειωτέον εστάλη μετά την παρέλευση εξαμήνου, δεν κρίνεται αξιόπιστη, καθώς αποτελούσε την ετεροχρονισμένη και όψιμη τότε απάντηση της εταιρίας στην από 23.01.2006 πρόσκληση της NOTOS COM[518] για μη απόσυρση των αισθητικών συμβούλων των εν λόγω εταιριών και για εξακολούθηση υποστήριξης των εκπτώσεων με πιστωτικά σημειώματα. Επίσης, σε αυτό το πλαίσιο υπογραμμίζεται ότι η αποστολή της ανωτέρω διευκρινιστικής επιστολής στις 4.8.2006 κρίθηκε απαραίτητη από μέρους της CHRISTIAN DIOR λίγες μόνο μέρες (2 εβδομάδες για την ακρίβεια) μετά τη διενέργεια επιτόπιου ελέγχου εκ μέρους της ΓΔΑ στα γραφεία της στις 21.7.2006[519]. Εκτιμάται ότι στην προκειμένη περίπτωση η CHRISTIAN DIOR ενήργησε κατά το συνήθη τρόπο: είναι προφανές ότι, όταν μία επιχείρηση διαισθάνεται ότι υπάρχει το ενδεχόμενο να κατηγορηθεί βάσει συγκεκριμένων στοιχείων για παράβαση των κανόνων ανταγωνισμού, ως μέσο άμυνας – μεταξύ άλλων - συχνά επιλέγει να καταφύγει και σε αμφισβήτηση της βασιμότητας και του κύρους των εν λόγω στοιχείων-αποδείξεων. Κατά πάγια πρακτική και νομολογία, οι άμεσες έγγραφες αποδείξεις που προέρχονται από έναν ή περισσότερους συμμετέχοντες συνιστούν αξιόπιστα αποδεικτικά μέσα για τη στοιχειοθέτηση της παράβασης[520]. Τα έγγραφα αυτά έχουν αυξημένη αποδεικτική αξία, καθώς συντάχθηκαν σε χρόνο ανύποπτο και σύγχρονο με

του, το έγγραφο φαίνεται λογικό και αξιόπιστο (προτάσεις του δικαστή B. Vesterdorf, ασκούντος καθήκοντα γενικού εισαγγελέα στην υπόθεσηRhône-Poulenc κατά Επιτροπής, προπαρατεθείσες στη σκέψη 1053, σ. II-956)». Το ΔΕΚ επιβεβαίωσε την ορθότητα του σκεπτικού του ΠΕΚ στην ανωτέρω απόφαση με τη θέση που έλαβε στις συνεκδικασθείσες Aalborg Portland A/S (C-204/00 P), Irish Cement Ltd (C-205/00 P), Ciments français SA (C-211/00 P), Italcementi - Fabbriche Riunite Cemento SpA (C-213/00 P), Buzzi Unicem SpA (C-217/00 P) και Cementir - Cementerie del Tirreno SpA (C-219/00 P) κατά Επιτροπής των Ευρωπαϊκών Κοινοτήτων. Η συγκεκριμένη ανωτέρω πάγια ενωσιακή νομολογία έχει ήδη ληφθεί υπόψη από την Επιτροπή Ανταγωνισμού και κατά το πρόσφατο παρελθόν. Ειδικότερα, στην υπ’ αρ. 609/2015 απόφαση της Επιτροπής Ανταγωνισμού σημειώνεται (σελ. 26) επί λέξει ότι «Τέλος, όπως αναφέρεται και σε σχετική διεθνή βιβλιογραφία, στην απόφαση Cement (Βλ. Bellamy C. & Child G., 2001, παρ. 2-046, με παραπομπή στην υπόθεση Cement) έχει επισημανθεί ότι ακόμη και ένα μόνο κείμενο δύναται να αξιολογηθεί ως επαρκές, προκειμένου να θεμελιωθεί η ύπαρξη εναρμονισμένης πρακτικής. […] στην εξεταζόμενη περίπτωση τα κρίσιμα κείμενα είναι δύο, ήτοι α) η από 05.03.1998 επιστολή […] και β) η από 25.02.1998 επιστολή […].».

[512] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 172) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[513] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) ε) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[514] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) ε) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[515] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 192) (Η.1.2.6 Η θέση της CHRISTIAN DIOR) με αναφορά στην επιστολή υπ’ αριθμ. πρωτ. 4997/4.8.2006.

[516] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 192) (Η.1.2.6 Η θέση της CHRISTIAN DIOR) με αναφορά στην επιστολή υπ’ αριθμ. πρωτ. 4997/4.8.2006.

[517] Η επιστολή υπ’ αριθμ. πρωτ. 4997/4.8.2006.

[518] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 172) επ. (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[519] Βλ την υπ’ αρ. πρωτ. 3808/1.6.2017 έκθεση του εισηγητή Ν. Ζευγώλη, Παράρτημα Ι.

[520] Απόφαση ΕΑ 563/VII/2013 παρ. 94.

τη διενέργεια των παραβάσεων και χωρίς οι συντάκτες τους να έχουν την υποψία ότι θα έπεφταν στα χέρια τρίτων προσώπων ή διωκτικών αρχών[521]. Εξάλλου, επειδή η απαγόρευση συμμετοχής σε παραβατικές πρακτικές, καθώς και οι επαπειλούμενες κυρώσεις, είναι σε όλους γνωστές, είναι σύνηθες να αναπτύσσονται μυστικά και συγκεκαλλυμμένα οι δραστηριότητες αυτές και να περιορίζονται στο ελάχιστο τα συναφή έγγραφα[522].

321) Με βάση την ανωτέρω ανάλυση, δύναται να θεωρηθεί με ασφάλεια ότι η από 06.02.2006 εξώδικη δήλωση της CHRISTIAN DIOR προς την εταιρία NOTOS[523] συνιστά άμεση έγγραφη απόδειξη της ύπαρξης συμφωνίας μεταξύ των έξι επιχειρήσεων χονδρικής (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ,ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM), αναφερόμενων στο σχετικό έγγραφο ως «λοιπών εταιριών», συμπεριλαμβανομένης και της NOTOS. Ειδικότερα, προκύπτει ότι το συγκεκριμένο έγγραφο (εξώδικο) συνιστά την απολύτως ειλικρινή απάντηση της CHRISTIAN DIOR στο ανωτέρω εξώδικο της 23.01.2006 της NOTOS, όπου με σαφήνεια καταγράφεται η ύπαρξη συμφωνίας για καθορισμό ποσοστού έκπτωσης μεταξύ των εταιριών, κατά των οποίων στρέφεται το εξώδικο της NOTOS COM, ήτοι των συγκεκριμένων πέντε εταιριών[524]. Προς επίρρωση της ύπαρξης της εν λόγω συμφωνίας ή/και εναρμονισμένης πρακτικής λειτουργούν ταυτόχρονα και οι εξώδικες δηλώσεις των υπολοίπων εταιριών. Πιο συγκεκριμένα, πέρα από το εξώδικο που απέστειλε στη NOTOS COM η CHRISTIAN DIOR στις 06.02.2006, αποστέλλουν εξώδικες δηλώσεις προς την εταιρία NOTOS COM και οι κατωτέρω εταιρίες: L’ OREAL (24.1.2006 & 26.1.2006)[525], ESTEE LAUDER HELLAS (25.1.2006, 6.2.2006, 14.3.2006)[526], ΠΝΓ (30.1.2006)[527] και ΣΑΡΑΝΤΗΣ (30.01.2006)[528]. Συγκεκριμένα, επισημαίνονται τα εξής: Με την εξώδικη δήλωση της 24.1.2006, η L΄OREAL διαμαρτύρεται για τον «κανιβαλισμό» των προϊόντων της και την προνομιακή μεταχείριση ανταγωνιστικών προϊόντων θεωρώντας ότι η τιμή και οι συνθήκες πώλησης, άρα και το ύψος των επιχειρούμενων εκπτώσεων, αποτελούν προσδιοριστικά στοιχεία του κύρους και της φήμης των προϊόντων, ώστε «πρακτικές υπέρμετρων εκπτώσεων υποβιβάζουν τα προϊόντα σε προϊόντα καλαθιού». Θεωρεί την αντίδρασή της δικαιολογημένη, τους δε ισχυρισμούς της NOTOS COM αναφορικά με συνεννόηση μεταξύ ανταγωνιστών ή τη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων κατά τις εκπτωτικές περιόδους αβάσιμους και κακόπιστους, ενώ δηλώνει ότι «εάν δεν αποκαταστήσετε τη νομιμότητα και συγκεκριμένα να εφαρμόσετε άμεσα εκπτώσεις που να μη θίγουν το κύρος και τη φήμη των προϊόντων μας, δηλαδή συνολικώς και αδιακρίτως μέχρι 50%, θα λάβουμε σε βάρος σας κάθε νόμιμο μέτρο προς προάσπιση των πολλαπλώς απειλούμενων δικαιωμάτων μας». Με την εξώδικη δήλωση της 26.1.2006, η L΄OREAL δηλώνει ότι θα διαθέσει τις αισθητικούς που απασχολούσε σε καταστήματα της NOTOS, τουλάχιστον κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων, σε άλλα καταστήματα, με την επιφύλαξη να προσδώσει μονιμότερο χαρακτήρα στην απόφασή της αυτή ή να λάβει κάποιο πρόσθετο μέτρο, ανάλογα με την στάση της NOTOS COM. Είναι, επομένως, σαφής η βούληση και της συγκεκριμένης εταιρίας για κατάργηση του ανταγωνισμού ως προς τις εκπτώσεις με τη λήψη μάλιστα και μέτρων αντιποίνων, όπως χαρακτηριστικό τέτοιο παράδειγμα αποτελεί η μη διάθεση των αισθητικών που το προηγούμενο διάστημα απασχολούσε σε καταστήματα της NOTOS COM, καθώς και η μη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων. Επίσης, με την εξώδικη δήλωση της 25.1.2006, η ESTEE LAUDER αναφέρει ότι η παροχή από πλευράς της NOTOS COM μεγαλύτερης έκπτωσης στα προϊόντα δικής της διανομής (60%) με την παράλληλη διατήρηση της έκπτωσης στα καλλυντικά επιλεκτικής διανομής της ESTEE LAUDER στο 50% είχε ως αποκλειστικό στόχο την ενίσχυση της θέσης της NOTOS COM στην αγορά λιανικής σε βάρος των υπόλοιπων επιχειρήσεων. Είναι, επομένως, σαφής η βούληση της συγκεκριμένης εταιρίας για κατάργηση του ανταγωνισμού ως προς τις εκπτώσεις. Η δε ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ δήλωσε ότι «…η αφαίρεση των αισθητικών/πωλητριών μας από τα πολυκαταστήματα σας οφείλεται σε θέμα αρχής: δεν προτιθέμεθα να συμμετάσχουμε σε ένα περιβάλλον λιανεμπορίου με έντονα διαφοροποιημένους όρους ανταγωνισμού που επηρεάζουν τα μερίδια πωλήσεων. Πολλώ δε μάλλον όταν αυτό γίνεται εντελώς απροειδοποίητα με τρόπο αιφνιδιαστικό και αθέμιτο…». Είναι, επομένως, σαφής η βούληση της συγκεκριμένης εταιρίας για κατάργηση του ανταγωνισμού ως προς τις εκπτώσεις και για σταθεροποίηση των μεριδίων αγοράς της εκάστοτε εταιρίας διανομής. Σαφής επίσης είναι και η πρόθεση επιβολής αντιποίνων από την πλευρά της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, όπως αυτή εκδηλώνεται με την πραγματοποιηθείσα αφαίρεση των αισθητικών/πωλητριών του από τα πολυκαταστήματα της NOTOS COM για λόγους αρχής μάλιστα, όπως αναφέρει χαρακτηριστικά. Τέλος, σύμφωνα με την ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ, η ανάκληση

[521] Βλ. Προτάσεις Γεν. Εισαγγελέα Vesterdorf, όπως υιοθετήθηκαν στις συνεκδ. υποθέσεις T-1/89 κλπ. Rhone-Poulenc SA κ.αλ. κατά Επιτροπής, κεφάλαιο I.E.4.

[522] Βλ. απόφαση Γεν ΔΕΕ T-72/09, Pilkington Group κατά Επιτροπής, (αδημ.) σκ. 83, ΔΕΚ C-204/00P επ., Aalborg Portland κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, σελ. I-123, σκ. 55 και 56, καθώς και απόφαση ΠΕΚ T-303/02, Westfalen Gassen Nederland BV κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. II-4567, σκ. 106.

[523] Εξώδικη δήλωση CHRISTIAN DIOR, της 06.02.2006. Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) ε) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[524] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 301) - 302), με παραπομπή σε σχετική νομολογία. Υπενθυμίζεται ότι ενδείξεις για την κοινή βούληση των μερών μπορούν να συναχθούν εμμέσως από την παράλληλη συμπεριφορά των ενεχομένων επιχειρήσεων, αν από τις εξηγήσεις που παρέχουν δεν αποδεικνύεται άλλη εύλογη ερμηνεία αυτής της συμπεριφοράς, όπως επίσης από εγγραφές και στοιχεία από εμπορικά ή φορολογικά βιβλία, εσωτερικά έγγραφα, ανακοινώσεις, αλληλογραφία, ακόμα δε και από μονομερείς δηλώσεις ή ανακοινώσεις μιας επιχείρησης, εφόσον αυτή δεν αποστασιοποιήθηκε ρητά (βλ. ΔΕφΑθ3807/2014, σκ. 3). Υπογραμμίζεται ότι ακόμα και εσωτερικά σημειώματα ή χειρόγραφες σημειώσεις θεωρούνται επαρκή αποδεικτικά στοιχεία μίας (παράνομης) συμφωνίας παρά το γεγονός ότι αυτά ενοχοποιούν και άλλες επιχειρήσεις.

[525] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) α) επ (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[526] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) β) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[527] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) δ) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[528] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) γ) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

των αισθητικών συμβούλων από τα καταστήματα της NOTOS COM έγινε γιατί η NOTOS COM θα παρείχε στα καταστήματά της έκπτωση 60% στα καλλυντικά προϊόντα δικής της διανομής της και μόνο 50% στα καλλυντικά προϊόντα διανομής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στρέφοντας το σύνολο του καταναλωτικού κοινού από την πρώτη ημέρα στα προϊόντα της και καθιστώντας τα υπόλοιπα ελάχιστα έως καθόλου προτιμώμενα. Είναι, επομένως, σαφής η βούληση και της συγκεκριμένης εταιρίας για κατάργηση του ανταγωνισμού ως προς τις εκπτώσεις. Σαφής επίσης είναι και η πρόθεση επιβολής αντιποίνων από την πλευρά της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, όπως αυτή εκδηλώνεται με την πραγματοποιηθείσα ανάκληση των αισθητικών συμβούλων του από τα καταστήματα της NOTOS COM.

322) Και οι τέσσερις ανωτέρω εταιρίες χονδρικής αντιδρούν έντονα στη χορήγηση μεγαλύτερης έκπτωσης ύψους 60% στα προϊόντα διανομής της NOTOS COM και μόνο 50% στα προϊόντα διανομής των δικών τους εταιριών. Συμπερασματικά, μέσα από τις εξώδικες δηλώσεις τους, με πολύ μικρή χρονική απόσταση (από 25.01.2006 έως και 30.01.2006), και οι πέντε εταιρίες (συμπεριλαμβανομένης δηλ. και της CHRISTIAN DIOR) εκδηλώνουν με σαφήνεια τη βούλησή τους για τη χορήγηση ενιαίας έκπτωσης έως 50% σε όλα τα προϊόντα κατά τη μέχρι τότε συνήθη εμπορική πρακτική, όπως αναφέρουν, αντιδρώντας στη χορήγηση μεγαλύτερης έκπτωσης 60% στα προϊόντα συγκεκριμένης εταιρίας διανομής.

323) Σύμφωνα με τα ανωτέρω, προκύπτει με σαφήνεια και πέρα από κάθε αμφιβολία η ύπαρξη συμφωνίας (ή/και εναρμονισμένης πρακτικής) μεταξύ των έξι ανωτέρω εταιριών για καθορισμό πάγιων εκπτώσεων. Σε αυτή τη συμφωνία, προκύπτει ότι συμμετέχει και η εταιρία NOTOS COM, που αποτελεί ταυτόχρονα και πελάτη των εν λόγω εταιριών, με τη διττή ιδιότητά της ως λιανεμπόρου και χονδρέμπορου. Η διαφοροποίηση της εταιρίας NOTOS COM απέναντι σε αυτή τη συμφωνία/εναρμονισμένη πρακτική προκαλεί την αντίδραση των υπολοίπων πέντε εταιριών χονδρικής, οι οποίες μάλιστα φθάνουν μέχρι το σημείο να επιβάλουν και κυρώσεις σε αυτήν. Περιορίζεται με τον τρόπο αυτό η ελευθερία του λιανοπωλητή να διαμορφώνει ανεξάρτητα την εμπορική του πολιτική[529], ιδίως σε ό,τι αφορά τον αυτόνομο καθορισμό του ύψους των εκπτώσεων.

324) Κατά συνέπεια, στοιχειοθετείται η οριζόντια σύμπραξη μεταξύ των εταιριών ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM, το σύνολο των μεριδίων αγοράς των οποίων στα καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής καλύπτει εν πολλοίς το 100% της σχετικής αγοράς. Μάλιστα, αποδεικνύεται και η επιβολή κυρώσεων λόγω μη τήρησης της συγκεκριμένης συμφωνίας από μέρους συγκεκριμένης εταιρίας χονδρικής που λειτουργεί και με την ιδιότητα του λιανοπωλητή (NOTOS COM). Και με την εκδοχή όμως ότι η NOTOS COM αντέδρασε στην ύπαρξη της εν λόγω συμφωνίας, τούτο δεν αναιρεί την ύπαρξη της σύμπραξης ανάμεσα στις έξι εταιρίες χονδρικής (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM). Αντίθετα, το γεγονός ότι η πίεση που άσκησαν σε βάρος της NOTOS COM τα λοιπά μέρη της σύμπραξης (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ) μέσω της αποστολής εξώδικων δηλώσεων και των αντιποίνων τόσο με τη μη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων όσο και με την απόσυρση των αισθητικών συμβούλων φαίνεται ότι επέφερε αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα στην πράξη, δεδομένης της υπαναχώρησης της NOTOS COM και της επανένταξής της στην αντι-ανταγωνιστική συμφωνία, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου και όπως επιβεβαιώθηκε πέραν πάσης αμφιβολίας στη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας. Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι μόνο η CHRISTIAN DIOR δεν χρησιμοποιούσε ως μέρος της εμπορικής της πολιτικής τη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων. Αντίθετα, οι υπόλοιπες 5 εμπλεκόμενες εταιρίες (δηλ. και η NOTOS) χρησιμοποιούσαν τη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων στην εμπορική τους πολιτική.

325) Υπογραμμίζεται ότι η υπό εξέταση οριζόντια συμφωνία ανάμεσα στις έξι εταιρίες χονδρικής (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, NOTOS COM), λόγω της διπλής ιδιότητας της NOTOS COM (ως εταιρίας χονδρικής και λιανικής πώλησης) έχει και κάθετη έκφανση[530], αναφορικά με τη διαμόρφωση των εκπτώσεων εκ μέρους της NOTOS. Προς επίρρωση αυτού του σκεπτικού, λειτουργεί επιπροσθέτως και η διαπίστωση της αποστολής e-mail με τιμοκαταλόγους από μέρους όλων των εμπλεκομένων εταιριών χονδρικής σε εταιρίες λιανικής (ήτοι ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, NOTOS COM) προς HONDOS CENTER A.E., BEAUTY SHOP / SEPHORA[531]. Υπενθυμίζεται ότι ήδη για το έτος 2001 και μετά είχαν ανευρεθεί διάσπαρτα στοιχεία (ιδίως, αλλά όχι μόνο, αποσπασματικά ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων μεταξύ χονδρεμπόρων και διανομέων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής) που καταδείκνυαν μία σαφή μορφή επιβολής οριοθέτησης είτε τιμής είτε εύρους τιμής λιανικής πώλησης (προβαλλόμενης ενίοτε είτε ως συνιστώμενης ή προτεινόμενης είτε ως μέγιστης/ανώτατης[532], φαινομενικά όμως διότι de facto επρόκειτο για

[529] Βλέπε ενδεικτικά μόνο αποφάσεις ΔΕΚ 40/73, Suiker Unie v. Commission, Συλλ. 1975, σελ. 1663, σκ. 21, 172/80, Züchner v. Bayerische Vereinsbank AG, Συλλ. 1981, σελ. 2021, σκ.13-14, C-89/85, ό.π., C-7/95 P, John Deere v. Commission, Συλλ. 1998, σελ. I-3111, σκ. 86-87, 96.

[530] Ως προς το περιεχόμενο της κάθετης έκφανσης της οριζόντιας συμφωνίας, βλ κατωτέρω υπό παρ. 348) επ. (Θ.4.2.3. Κάθετη έκφανση οριζόντιας συμφωνίας).

531 Ως προς το περιεχόμενο της κάθετης έκφανσης της οριζόντιας συμφωνίας, βλ κατωτέρω υπό παρ. 348) επ. (Θ.4.2.3. Κάθετη έκφανση οριζόντιας συμφωνίας).

[532] Βλέπε πχ την υπ’ αριθμ. 4892/3.8.2006 επιστολή, όπου ο […] (Γεν. Δ/ντής και Δ/νων Σύμβουλος της L’OREAL) σχετικά με τους τιμοκαταλόγους, δήλωσε ότι η εταιρία καθορίζει μόνο τη μέγιστη λιανική τιμή μεταπώλησης. Επίσης, δήλωσε ότι «η χονδρική τιμή είναι η τιμή πώλησης τιμοκαταλόγου προς τους πελάτες μας. Η μέγιστη λιανική τιμή αφήνει σημαντικότατο περιθώριο και αποτελεί όριο προσδιορισμού, κατά την κρίση μας, του ύφους και του κύρους κάθε προϊόντος», όπως επίσης ότι «λόγοι διαφάνειας αλλά και επικοινωνίας της μέγιστης λιανικής τιμής επιβάλλουν την σύνταξη των τιμοκαταλόγων».

επιβαλλόμενη/καθοριζόμενη[533]) από την πλευρά των χονδρεμπόρων[534], η οποία επιβολή (έμμεση τουλάχιστον) με βάση το ατομικό μερίδιο εκάστου χονδρεμπόρου δεν μπορούσε να εξηγηθεί/αιτιολογηθεί με κανέναν άλλο τρόπο, παρά μόνο με βάση την ερμηνεία ότι αυτή η αποτελεσματική επιβολή οφειλόταν στην καρτελικού τύπου σύμπραξη που είχε προηγηθεί και ήταν ήδη τότε σε ισχύ μεταξύ των εμπλεκομένων στην παρούσα υπόθεση χονδρεμπόρων τελούσε σε κάθετη αυτής έκφανση, σε αναπόσπαστη συνάρτηση με το γεγονός ότι οι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι (μολονότι έκαστος με μέτριο ή μικρό μερίδιο) όλοι πωλούσαν χονδρικώς πολύ ισχυρά σήματα που συνολικώς κάλυπταν περίπου το 100% της αγοράς των καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, που ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε, όπως προαναφέρθηκε, να διανοηθεί, ότι δεν θα έχει στα ράφια των καταστημάτων του, όπως, επίσης, ταυτόχρονα ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι θα «πάει κόντρα» στην καρτελικού τύπου σύμπραξη των χονδρεμπόρων αυτών των σημάτων[535].

[533] Αποκαλυπτικά είναι τα σχέδια επιστολών ανευρεθέντα κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην CHRISTIAN DIOR - με διαφοροποίηση μεταξύ τους μόνο στο ποσοστό της επιπλέον έκπτωσης, βάσει των υπαρχουσών συμφωνιών (βλ. υπ’ αρ. 15-20 ληφθέντα έγγραφα κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […] στην CHRISTIAN DIOR) - χωρίς ημερομηνία, από την CHRISTIAN DIOR προς τα καταστήματα λιανικής GALLERIE, PATISTAS, SPRING TIME, ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΠΕΖΑΣ Ι.), με τα οποία ενημερώνονται τα εν λόγω καταστήματα για το νέο τιμοκατάλογο της CHRISTIAN DIOR, ομοίου περιεχομένου. Ειδικότερα, αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «…έχουμε μειώσει δραστικά τις τιμές 73 σημαντικών κωδικών […] Αντίστοιχα στις τιμές λιανικής οι μειώσεις φθάνουν έως 43%. Η εφαρμογή του τιμοκαταλόγου μας συνεπάγεται αύξηση του περιθωρίου κέρδους σας από το σημερινό 23,2% σε 39,02% για τους ανωτέρω 73 κωδικούς, ενώ για τους υπόλοιπους παραμένει το ίδιο. Οι 73 αυτοί κωδικοί αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο του 35% το συνολικού μας τζίρου οπότε και υπολογίζουμε μεσοσταθμικά την αύξηση του περιθωρίου σας βάσει του τιμοκαταλόγου κατά 6%.[…] Μέσα από αυτή τη διαδικασία επιτυγχάνουμε: 1. Εναρμόνιση των τιμών στο επιθυμητό ευρωπαϊκό επίπεδο. […]…».

Σε άλλη περίπτωση, λόγου χάριν, η […] – Διευθύντρια Αγορών της SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ (Απαντώντας σε ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της SEPHORA (Σχετική εντολή ελέγχου με α.π. 3943/4.7.2006), δήλωσε ότι «Σε γενικές γραμμές πάντως ακολουθούνται οι προτεινόμενες τιμές». Επίσης, ο […] - Διευθυντής Ανάπτυξης της εταιρίας GALERIE DE BEAUTE, κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο (βλ. ιδίως ερωτήσεις 3-9) δήλωσε ότι «ακολουθούμε τις προτεινόμενες τιμές, γιατί τις ακολουθεί ο ανταγωνισμός». Προς επίρρωση αυτής της θέσης, η […] (βοηθός λογιστή στην GALERIE DE BEAUTE) ως προς τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση καλλυντικών προϊόντων δήλωσε ότι αυτός «καθορίζεται από τις προμηθεύτριες εταιρείες. Καθορίζουν το κέρδος. Συνήθως 12% είναι το κέρδος του ομίλου Galerie de Beaute. Οι τιμοκατάλογοι έχουν προτεινόμενες τιμές τις οποίες η Galerie de Beaute ακολουθεί. Τις ακολουθεί και όλη η αγορά. Επί της προτεινόμενης τιμής αφαιρείται ένα 30% και προκύπτει η τελική τιμή του ραφιού». Επίσης, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ στην υπ’ αριθμ. 4805/28.7.06 επιστολή της αναφορικά με τη σκοπιμότητα ύπαρξης τιμοκαταλόγων με τιμές λιανικής σημειώνει χαρακτηριστικά ότι «Οι προτεινόμενες λιανικές τιμές και στη συνέχεια ο τιμοκατάλογος προτείνεται από τον ξένο οίκο και μάλιστα αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της Σύμβασης Διανομής που διέπει τη συνεργασία μεταξύ προμηθευτή και τοπικού διανομέα. Αυτό το σκέλος της σύμβασης είναι το λεγόμενο Price Structure, βάσει του οποίου καθορίζονται και οι τιμές στις οποίες ο τοπικός διανομέας πραγματοποιεί αγορές από τον ξένο οίκο». Επιπροσθέτως, ενδεικτική και χαρακτηριστική στην προκειμένη περίπτωση είναι η κατάθεση του […] (Μέλους Διοικητικού Συμβουλίου της ROGE), ο οποίος απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας αναφορικά με την εμπορική πολιτική των καταστημάτων υπό το σήμα HONDOS CENTER, δήλωσε ότι: […] «Οι τιμοκατάλογοι με προτεινόμενες τιμές αποστέλλονται από τους προμηθευτές σε όλα τα καταστήματα απευθείας (και του ομίλου και άλλων). Δεν είναι γνωστό ποιος είναι αρμόδιος για την κατάρτισή τους. Οι προτεινόμενες είναι ανώτατες τιμές. Οι τιμοκατάλογοι αποστέλλονται και στα γραφεία στην Ομήρου 4 για τήρηση αρχείου». Επίσης, αναφορικά με τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση προϊόντων, από τα καταστήματα του σήματος HONDOS CENTER ο […] δήλωσε ότι «Βάση αποτελούν οι τιμοκατάλογοι με τις προτεινόμενες τιμές. Οι τιμές αυτές προσαρμόζονται στον ανταγωνισμό. Το κάθε κατάστημα ξεχωριστά κάνει δειγματοληπτικούς ελέγχους στην περιοχή που δραστηριοποιείται. Γι’ αυτό το λόγο και οι τιμές διαφοροποιούνται από κατάστημα σε κατάστημα».

[534] Γεγονός το οποίο άλλωστε επιβεβαιώθηκε με απόλυτο τρόπο κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας. Βλ. ενδεικτικά σελ. 55 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, όπου αναφέρεται από τη συνήγορο της Estee Lauder το εξής: «Είναι πράγματι δεδομένο ότι η Estee Lauder έστελνε τιμοκαταλόγους. Αυτοί οι τιμοκατάλογοι ήταν διπλής λειτουργίας, είχαν δηλαδή και τιμές χονδρικής και κυρίως γι’ αυτό τους έστελνε, διότι επικοινωνούσε τις νέες τιμές χονδρικής και τις ανατιμήσεις του τιμοκαταλόγου χονδρικής, είχε όμως και προτεινόμενες τιμές λιανικής. Γιατί; Διότι με βάση αυτή την προτεινόμενη τιμή λιανικής καθόριζε και τις παροχές της προς τον λιανέμπορο. Έδινε, δηλαδή, εκπτώσεις, ήταν ένα benchmark για να δίνει τις παροχές του λιανεμπορίου επί μίας ας πούμε ενδεικτικής προτεινόμενης τιμής.». Βλέπε επίσης ενδεικτικά σελ. 62 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, όπου αναφέρεται από το συνήγορο της Christian Dior το εξής: «Επίσης, άλλο θέμα, η εταιρία μας δεν έχει αποστείλει τιμοκαταλόγους με δεσμευτικές λιανικές τιμές πωλήσεως σε λιανεμπόρους. Αντιθέτως, ήταν προτεινόμενες τιμές και δεν χρειάζεται να επαναλάβουμε ότι οι προτεινόμενες τιμές, εφόσον πληρούν ορισμένα στοιχεία τα οποία πληρούνται στην περίπτωση αυτή, δεν συνιστούν οποιαδήποτε παράβαση του ανταγωνισμού. Αυτό που ανεβρέθη ως τους τιμοκαταλόγους, είναι ότι περιλάμβαναν και τιμές χονδρικής και προτεινόμενες τιμές λιανικής. Υπάρχει πολλές φορές και σε σχέση με τα στοιχεία αυτά μία παρερμηνεία ορισμένων εγγράφων και για τα οποία, για τα οποία εξάγονται συμπεράσματα διαφορετικά από αυτά που περιέχονται στα ίδια τα έγγραφα.».

Βλέπε επίσης και κατάθεση […], σελ. 109, από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, «Γινόντουσαν εκπτώσεις φυσικά, αλλά η αντιμετώπιση ήταν ίδια για όλες τις εταιρίες.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Η διαφωνία μας ήτανε ότι δεν μπορείς την ίδια στιγμή που έχεις 10 εταιρίες, μάλλον που έχεις τις δικές μας εταιρίες, να υπάρχει μια διακριτική μεταχείριση και να προσφέρεις στον τελικό καταναλωτή, που αν θέλετε μπαίνει στην ίδια σάλα, κάποια περισσότερα benefits το ένα πάνω στο άλλο.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Θεωρώ ότι είχε δικαίωμα να έχει οποιεσδήποτε λιανικές, οτιδήποτε εκπτώσεις θέλει. Αυτό που μας έβρισκε αντίθετους ή διαφωνούσαμε ήταν το γεγονός ότι δεν υπήρχε, αν θέλετε, μια ίση αντιμετώπιση, ένα fair play ανάμεσα στους ανθρώπους που στηρίζαμε τα μαγαζιά όλο το χρόνο. Τίποτα άλλο.».

[535] Βλέπε πολύ χαρακτηριστικά σελ. 22 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […], ο οποίος σε ερώτηση του Προέδρου της ΕΑ «αν ήταν ενιαίες οι εκπτώσεις […] όλο το προηγούμενο διάστημα, τα προηγούμενα χρόνια και τι ήταν», απαντά επί λέξει «Στις μάρκες ήτανε ίδιες.». Και όταν ο Πρόεδρος επανέρχεται ρωτώντας αυτόν

Πιο αναλυτικά, με βάση το ανωτέρω σκεπτικό, με την αποστολή e-mail με τιμοκαταλόγους από μέρους όλων των εμπλεκομένων εταιριών χονδρικής σε εταιρίες λιανικής, επιβεβαιώνεται η ύπαρξη προηγηθείσας σύμπραξης ανάμεσα στις συγκεκριμένες εταιρίες χονδρικής (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, NOTOS COM), υπό την έννοια του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού. Ειδικότερα, σε αυτό το πλαίσιο εντοπίστηκαν στοιχεία για τον καθορισμό της λιανικής τιμής πώλησης εκ μέρους της CHRISTIAN DIOR, δεδομένου ότι εντοπίστηκαν τιμοκατάλογοι τιμών λιανικής εκ μέρους της CHRISTIAN DIOR[536], οι οποίοι κοινοποιούνταν στις εταιρίες λιανικής πώλησης. Οι τελευταίες μάλιστα φαίνεται να αντιδρούσαν σε περίπτωση ενδεχόμενης μη τήρησής τους από άλλες εταιρίες λιανικής[537]. Ο τρόπος υπολογισμού των τιμών λιανικής αλλά και ο καθορισμός τιμών λιανικής από μέρους της ΣΑΡΑΝΤΗΣ – η οποία μάλιστα έχει μικρό μερίδιο[538] (κάτω από 7%) - εντοπίστηκε σε αλληλογραφία με εταιρίες λιανικής πώλησης[539], ο οποίος εκτιμάται ότι τελικά επιβλήθηκε/εφαρμόστηκε τουλάχιστον ως ένα βαθμό. Επίσης, η διατήρηση τιμοκαταλόγων λιανικής πώλησης από μέρους της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, μολονότι δεν εντοπίζεται αντίστοιχη επικοινωνία με τις εταιρίες λιανικής για όλες τις περιπτώσεις, αλλά μόνο για κάποιες από αυτές, εκτιμάται ότι αποτυπώνει τουλάχιστον την πρόθεσή της, η οποία μερικώς εφαρμόζεται[540]. Ως προς την ESTEE LAUDER, που θεωρείται leader στη συγκεκριμένη αγορά, φαίνεται ότι υπήρχε συστηματική επικοινωνία με το επίπεδο της λιανικής πώλησης, με σαφή στόχο την κοινοποίηση τιμοκαταλόγων με λιανικές τιμές πώλησης[541]. Επίσης, η NOTOS COM φαίνεται ότι είχε συστηματική επικοινωνία με αλυσίδες λιανικής πώλησης, με στόχο την κοινοποίηση τιμοκαταλόγων με λιανικές τιμές πώλησης, αλλά και τον τρόπο υπολογισμού των τιμών λιανικής[542]. Ως προς την εταιρία χονδρικής L’OREAL, η οποία επίσης έχει σχετικά μικρό μερίδιο, διαπιστώνεται η ύπαρξη ηλεκτρονικής αλληλογραφίας προς λιανοπωλητές, με περιεχόμενο τον καθορισμό λιανικών τιμών[543].

αν θεωρεί αυτό το γεγονός συμπτωματικό, αυτός επί λέξει απαντά «Νομίζω ότι ήταν μία πρακτική των λιανεμπόρων, στην οποία εμείς δεν είχαμε άποψη, να το πω έτσι.».

[536] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 237) επ.(Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας) και ιδίως: παρ. 239) (όπου γίνεται αναφορά σε έγγραφο «Pricing Policy for 2002 (Opt. 3)», με τους στόχους της CHRISTIAN DIOR και τα ποσοστά ανατίμησης (mark up) των πελατών. Ειδικότερα, αναγράφονται, μεταξύ άλλων, μείωση των χονδρικών τιμών κατά 10% και εξετάζεται το σενάριο αύξησης του ποσοστού ανατίμησης των πελατών (από 2,1952 στο 2,4392 με παράλληλη μείωση της λιανικής τιμής κατά 5%), π.χ. σε HONDOS CENTER), παρ. 240) (όπου γίνεται αναφορά σε έγγραφο που προσομοιάζει σε καταγραφή βασικών σημείων που αφορούν την τυχόν εφαρμογή της τιμολογιακής πολιτικής της CHRISTIAN DIOR του 2002, όπου περιλαμβάνονται αναφορές για τη μείωση των λιανικών τιμών και για τη μη υποστήριξη «πολέμου» για τις τιμές λιανικής), παρ. 240) (όπου γίνεται αναφορά σε σχέδια επιστολών της CHRISTIAN DIOR προς καταστήματα λιανικής, περιλαμβανομένων τιμών λιανικής, στο πλαίσιο της προσπάθειας εναρμόνισης τιμών), παρ. 270) (όπου αποτυπώνεται τιμοκατάλογος της CHRISTIAN DIOR για τον Ιούλιο 2005, με τελικές τιμές, σε αντιδιαστολή με προτεινόμενες τιμές, για το ίδιο διάστημα και για τον Ιούνιο 2006), παρ. 271) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου καταγράφονται πίνακες του τρόπου υπολογισμού των τιμών λιανικής, με διαφορετικά σενάρια για το περιθώριο κέρδους ανά πελάτη λιανικής.

[537] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 245) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνεται ηλεκτρονικό μήνυμα ανάμεσα στην Sephora και την CHRISTIAN DIOR, που αποτυπώνει τη συμφωνία ανάμεσα στις δύο εταιρίες για τον καθορισμό της τιμής λιανικής συγκεκριμένου προϊόντος.

[538] Όπως και η ίδια ανέφερε στη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας.

[539] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 243) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνονται στοιχεία της συμφωνίας προμήθειας ΣΑΡΑΝΤΗΣ – HONDOS CENTER (χωρίς ημερομηνία) και φαίνεται ο τρόπος καθορισμού του περιθωρίου κέρδους του λιανοπωλητή μέσα από τις συμφωνίες με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ και τη NOTOS COM, 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνεται ηλ.μήνυμα της 1.3.2006 της ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς εταιρίες λιανικής με αναφορά σε επισυναπτόμενο αρχείο, στο οποίο « …Όπως πάντα υπάρχουν όλες οι σχετικές πληροφορίες των ειδών, κωδικοί, barcodes, χονδρικές και τελικές τιμές. Παρακαλώ όπως άμεσα ενημερώσετε τα συστήματα σας, καθώς και τα καταστήματα. ….

[540] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 264) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνονται τιμοκατάλογοι των προϊόντων LALIQUE, που διακινούνταν από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ για την περίοδο 2003-2007, με σαφή παράθεση λιανικών τιμών.

[541] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνονται: α) ηλ. μήνυμα της 2.1.2006 από τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς τη HONDOS CENTER, σύμφωνα με το οποίο επισυνάπτεται αρχείο word με τίτλο ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ ΙΑΝ 2006.doc, στο οποίο αναγράφονται οι λιανικές τιμές των προϊόντων Clinique, β) ηλ. μήνυμα της 7.2.2006 για το προϊόν Aramis, με το οποίο προωθείται ηλ. μήνυμα της ESTEE LAUDER προς το δίκτυο HONDOS CENTER, όπου επισυνάπτεται σε μορφή αρχείου word, telefax από τον Γ. Κοκολάκη (Marketing Manager Aramis) με τις τελικές λιανικές τιμές των προϊόντων, παρ. 252) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ.μήνυμα της 31.3.2005, το οποίο προωθήκε την 1.4.2005 προς καταστήματα λιανικής (ενδεικτικά Βαρνακιώτης στην Πάτρα), με περιεχόμενο την αποστολή τιμοκαταλόγων, με στόχο την εναρμόνιση των τιμών, με ταυτόχρονη παραίνεση για απομάκρυνση των παλιών τιμών από του πάγκους πώλησης, παρ. 254) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνεται ηλ. μήνυμα της 1.4.2005, σύμφωνα με το οποίο ζητείται από καταστήματα λιανικής (HONDOS CENTER) να αλλάξουν οι τιμές εντός λίγων ημερών (ως τις 4.4.2005), αποστέλλοντα το νέο τιμοκατάλογο με τελική λιανική τιμή.

[542] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 243) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνονται στοιχεία της συμφωνίας προμήθειας ΣΑΡΑΝΤΗΣ – HONDOS CENTER (χωρίς ημερομηνία) και φαίνεται ο τρόπος καθορισμού του περιθωρίου κέρδους του λιανοπωλητή μέσα από τις συμφωνίες με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ και τη NOTOS COM, παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθενται: α) ηλ.μήνυμα της 24.11.2005 από τη NOTOS COM προς το δίκτυο καταστημάτων HONDOS CENTER, σύμφωνα με το οποίο υπάρχουν συνημμένες οι τιμές για 2 νέα προϊόντα με την ένδειξη Λ.Τ., β) ηλ.μήνυμα της 2.3.2006 από τη NOTOS COM προς το δίκτυο καταστημάτων HONDOS CENTER, σύμφωνα με το οποίο υπάρχουν συνημμένα οι τιμές των νέων προϊόντων YSL Beaute, για το Μάρτιο 2006, με την ένδειξη Λ.Τ..

[543] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνεται e-mail 25.10.2005). Υπενθυμίζεται ότι συνάντηση μεταξύ L’OREAL και NOTOS έλαβε χώρα στις 13.4.2006 στο ξενοδοχείο Athens Plaza, με αντικείμενο αυτής την ενημέρωση σχετικά με την εξέλιξη της διαφοράς που είχε ανακύψει μεταξύ τους κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων του 2006 και να αποφασιστούν οι όροι της εξομάλυνσης των προβλημάτων τους. Όπως προκύπτει από τις επιστολές της 14.6.2006 και της 19.6.2006 μεταξύ τους, τα μέρη φάνηκαν να συμφωνούν ως προς τον καθορι-

Αντίστοιχη διαπίστωση γίνεται και για την ΠΝΓ[544]. Στην ίδια κατεύθυνση, αξιολογείται και η επικοινωνία ανάμεσα στις ανωτέρω εταιρίες χονδρικής πώλησης και στη NOTOS COM, μέσω της αποστολής εξώδικων δηλώσεων[545]. Συνεπώς, εκτιμάται ότι υπήρξε οριζόντια συμφωνία ανάμεσα στις ανωτέρω εταιρίες χονδρικής πώλησης (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM) με απώτερο στόχο τον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό τιμών μεταπώλησης από τις εταιρίες λιανικής πώλησης, η οποία κατ’ ουσίαν συνιστά κάθετη έκφανση της οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης ανάμεσα στις 6 εταιρίες χονδρικής πώλησης ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM[546], των οποίων το συνολικό μερίδιο αγοράς κάλυπτε εν πολλοίς το 100% της σχετικής αγοράς με τη NOTOS να είναι η δεύτερη σε μέγεθος επιχείρηση (μετά την ESTEE LAUDER). Η συγκεκριμένη διαπιστωμένη κάθετη έκφανση αποδεικνύει ότι η οριζόντια καρτελικού τύπου σύμπραξη ανάμεσα στις ως άνω εταιρίες χονδρικής πώλησης δεν είχε μόνο ως αντικείμενο, αλλά επιπροσθέτως επέφερε τελικά και ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού στη συγκεκριμένη αγορά, γεγονός το οποίο αυτοτελώς θα πρέπει να ληφθεί υπόψη τόσο ως προς τη σοβαρότητα της παράβασης όσο και ως προς το ύψος του ενδεχόμενου προστίμου. Η εν λόγω επιβολή (έμμεση τουλάχιστον) τιμής μεταπώλησης με βάση το ατομικό μερίδιο εκάστου χονδρεμπόρου δεν μπορούσε να εξηγηθεί/αιτιολογηθεί με κανέναν άλλο τρόπο, παρά μόνο με βάση την ερμηνεία ότι αυτή η αποτελεσματική επιβολή οφείλονταν στην καρτελικού τύπου σύμπραξη που είχε προηγηθεί και ήταν ήδη τότε σε ισχύ μεταξύ των εμπλεκομένων στην παρούσα υπόθεση χονδρεμπόρων και αποτελούσε κάθετη αυτής έκφανση, σε αναπόσπαστη συνάρτηση με το γεγονός ότι οι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι (μολονότι έκαστος ατομικά με μέτριο ή και μικρό ακόμη μερίδιο) όλοι, ωστόσο,

σμό της βασικής προϋπόθεσης για την εξομάλυνση της σχέσης, η οποία ήταν η δέσμευση της εταιρίας NOTOS COM ότι θα εφάρμοζε δίκαιους όρους προώθησης και ανάλογους με εκείνους που εφαρμόζονταν για τα ανταγωνιστικά προϊόντα, για τις περιόδους των εκπτώσεων και για τα προϊόντα των σημάτων της L’Oréal. Στην από 19.6.2006 επιστολή της, η L’Oréal δηλώνει ότι είναι ικανοποιημένη από τη δέσμευση που ανέλαβε η NOTOS COM περί παύσης της εκ μέρους της διακριτικής μεταχείρισης των προϊόντων των σημάτων της και ότι είναι έτοιμη να θέσει και πάλι στη διάθεση των καταστημάτων NOTOS COM συμβούλους ομορφιάς, σε αριθμό μεγαλύτερο από τον υπάρχοντα. Όσον αφορά στην οικονομική συμμετοχή της L’Oréal στις χορηγούμενες από την καταγγέλλουσα εκπτώσεις, οι δύο αυτές επιστολές δείχνουν ότι τα μέρη είχαν συμφωνήσει την κατά περίπτωση διευθέτηση του ζητήματος. Εντούτοις, η NOTOS COM με την από 22.6.2006 επιστολή της αναίρεσε τη θέση της, επαναλαμβάνοντας τις κατηγορίες της κατά της L’Oréal και απαιτώντας ως όρους για την αποκατάσταση της σχέσης την άμεση διάθεση συμβούλων ομορφιάς, την αποζημίωση για τη ζημία που είχε υποστεί εξαιτίας της απομάκρυνσής τους κατά την περίοδο των εκπτώσεων τον Ιανουάριο του 2006 και την καταβολή από τη L’Oréal μιας οικονομικής συνεισφοράς στις προσφορές που είχε πραγματοποιήσει στα προϊόντα της την ίδια χρονική περίοδο. Η εν λόγω επιστολή οδήγησε στην πραγματοποίηση μίας δεύτερης συνάντησης στις 26.6.2006, κατά την οποία η L’Oréal πρότεινε στην NOTOS COM μία νέα εμπορική μέθοδο για την αποφυγή μελλοντικής επανεμφάνισης της ίδιας διαφοράς. Συγκεκριμένα, η L’Oréal πρότεινε στην NOTOS COM να πάψει να χρησιμοποιεί τις συμβούλους ομορφιάς στα καταστήματά της και να τις αντικαταστήσει με ένα σταθερό και μόνιμο μηχανισμό υποστήριξης των πωλήσεών της στα καταστήματα NOTOS COM. Η απάντηση της NOTOS COM ήταν η αποστολή ενός εγγράφου οχλήσεως, με το οποίο απαιτούσε την άμεση επαναφορά των συμβούλων ομορφιάς και την καταβολή χρηματικής αποζημίωσης από τη L’Oréal.

[544] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 244) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνεται φαξ της 8.5.2003, από την ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ προς το δίκτυο καταστημάτων HONDOS CENTER, με την αποστολή τιμοκαταλόγων χονδρικής, που οδηγεί στο συμπέρασμα ότι δεν υπήρχε περίπτωση σύγχυσης με τις τιμές λιανικής, όπου αυτές αναγράφονται, παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου καταγράφεται ηλ. μήνυμα της 11.1.2006 από τη ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ προς το δίκτυο καταστημάτων HONDOS CENTER για τα προϊόντα Kanebo, σύμφωνα με το οποίο: «…θα ισχύει και σε αυτή την μάρκα η έκπτωση του -30%, όπως ισχύει και σε όλη την υπόλοιπη αγορά. Για να γίνει αυτό αλλάξαμε τον τιμοκατάλογο Χ.Τ. μειώνοντας τις τιμές κατά 12% (που ουσιαστικά είναι η διαφορά του -11% που κάναμε επί τιμολογίου και δεν θα ισχύει στο εξής). Κατ΄ αυτό τον τρόπο δεν αλλάζει καθόλου το δικό σας περιθώριο κέρδους και αυξάνοντας τις αναγραφόμενες τιμές ώστε με την έκπτωση του -30% να είναι οι τελικές ΛΤ ίδιες με πρίν...».

[545] Ανωτέρω υπό παρ. 175) α) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου παρατίθεται η από 24.01.2006 εξώδικη δήλωση της L’ OREAL κατά της NOTOS COM, σύμφωνα με την οποία η μεγαλύτερη έκπτωση 60% που παρέχει η NOTOS COM ως λιανοπωλητής οδηγεί σε κανιβαλισμό και υποβιβασμό των προϊόντων της L’OREAL, ενώ ζητά επαναφορά των εκπτώσεων στο 50% αδιακρίτως για όλα τα προϊόντα. Σύμφωνα με την από 26.01.2006 εξώδικη απάντηση της L’ OREAL προς την NOTOS COM, η L’OREAL δικαιολογεί την απόσυρση των αισθητικών της συμβούλων λόγω της ελάχιστης ζήτησης που έχουν τα προϊόντα της στη NOTOS COM, λόγω της εξακολουθητικής προσβολής που επιχειρεί στα προϊόντα της, εννοώντας την παροχή μεγαλύτερης έκπτωσης στα προϊόντα της NOTOS COM., παρ. 168) (με αναφορά στην από 28.02.2003 εξώδική δήλωση της ESTEE προς τη NOTOS, σύμφωνα με την οποία η μεγαλύτερη έκπτωση στα προϊόντα NOTOS COM οδηγεί σε μειωμένη ζήτηση για τα λοιπά προϊόντα και καταδεικνύει την πρόθεση μη προώθησής τους), παρ. 175) β) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου αναφέρεται η από 25.01.2006 εξώδική δήλωση της ESTEE LAUDER προς τη NOTOS COM, σύμφωνα με την οποία: «…η παροχή από πλευράς της NOTOS COM μεγαλύτερης έκπτωσης στα προϊόντα δικής της διανομής (60%) με την παράλληλη διατήρηση της έκπτωσης στα καλλυντικά επιλεκτικής διανομής της ESTEE LAUDER στο 50%, είχε ως αποκλειστικό στόχο την ενίσχυση της θέσης της NOTOS COM στην αγορά λιανικής σε βάρος των υπολοίπων εισαγωγέων…», παρ. 175) γ) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου αποτυπώνεται η από 25.01.2006 εξώδική απάντηση της ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς τη NOTOS, «…Η ΣΑΡΑΝΤΗΣ ανακάλεσε τους αισθητικούς της … από τα καταστήματα της NOTOS COM επειδή η τελευταία (i) παρείχε από τα καταστήματά της έκπτωση 60% στα καλλυντικά προϊόντα τα οποία αντιπροσωπεύει και μόνο 50% στα καλλυντικά προϊόντα διανομής της ΣΑΡΑΝΤΗΣ, στρέφοντας το σύνολο του καταναλωτικού κοινού από την πρώτη ημέρα των εκπτώσεων στα προϊόντα της και καθιστώντας τα υπόλοιπα ελάχιστα έως καθόλου επιθυμητά»), παρ. 175) δ) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου παρατίθεται η από 30.01.2006 εξώδική δήλωση της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ προς τη NOTOS COM, σύμφωνα με την οποία: «…δεν προτιθέμεθα να συμμετάσχουμε σε ένα περιβάλλον λιανεμπορίου με έντονα διαφοροποιημένους όρους ανταγωνισμού που επηρεάζουν τα μερίδια πωλήσεων. Πολλώ δε μάλλον όταν αυτό γίνεται εντελώς απροειδοποίητα με τρόπο αιφνιδιαστικό και αθέμιτο…».

[546] Ως προς την κάθετη έκφανση της οριζόντια σύμπραξης, βλ. κατωτέρω υπό παρ. 348)επ.(Θ.4.2.3. Κάθετη έκφανση οριζόντιας συμφωνίας).

πωλούσαν χονδρικώς πολύ ισχυρά σήματα, που ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι δεν θα έχει στα ράφια των καταστημάτων του, όπως επίσης ταυτόχρονα ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί, όσο ισχυρός και αν ήταν ο ίδιος, ότι θα «πάει κόντρα» στην καρτελικού τύπου σύμπραξη των χονδρεμπόρων αυτών των σημάτων[547]. Η αποτελεσματική αντιμετώπιση από μέρους των λοιπών χονδρεμπόρων της συμπεριφοράς της NOTOS που αποφάσισε έστω και προσωρινά να παρεκκλίνει από το καρτέλ στο οποίο συμμετείχε, να καταγγέλλει ακόμη και κατάχρηση συλλογικής δεσπόζουσας θέσης (προκειμένου να στρέψει αλλού την προσοχή της ελεγκτικής αρχής), επιβεβαιώνει την ανωτέρω διαπίστωση, πόσω μάλλον που αυτό αφορά όχι έναν κοινό λιανέμπορο, αλλά ένα ιδιαίτερα ισχυρό λιανέμπορο που έχει ταυτόχρονα την ιδιότητα του χονδρεμπόρου με αποκλειστικές μάλιστα συνεργασίες σε ό,τι αφορά την πώληση συγκεκριμένων σημάτων: με αυτήν την ιδιότητα άλλωστε συμμετείχε η NOTOS στο καρτέλ των χονδρεμπόρων, το οποίο χωρίς τη συμμετοχή της NOTOS δεν θα μπορούσε να είναι αποτελεσματικό ως καρτέλ. Υπογραμμίζεται, ότι με τη συμμετοχή και της NOTOS στο καρτέλ των 6 εμπλεκομένων επιχειρήσεων, το συνολικό μερίδιο αγοράς των συγκεκριμένων επιχειρήσεων κάλυπτε σχεδόν το 100% της σχετικής αγοράς, γεγονός το οποίο από μόνο του καταδεικνύει την κρισιμότητα του ρόλου της NOTOS, υπό την έννοια ότι καρτέλ χωρίς ειδικά τη συγκεκριμένη εταιρία, η οποία μάλιστα ήταν δεύτερη σε μερίδιο (μετά την ESTEE LAUDER) στην εξεταζόμενη περίπτωση δεν θα ήταν εφικτό να λειτουργήσει. Τονίζεται δε ότι είναι κρίσιμο για την αποτελεσματικότητα του καρτέλ ότι σε αυτό συμμετείχε – εκτός από την πρώτη ESTEE LAUDER – και η δεύτερη σε μέγεθος εταιρία της αγοράς, ήτοι η NOTOS.

Θ.3.6.3. Συμπέρασμα

326) Οι πρακτικές, που αναφέρονται ανωτέρω, αποτελούν συμφωνίες / εναρμονισμένες πρακτικές μεταξύ των μερών σύμφωνα με το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού. Ειδικότερα, στην παρούσα υπόθεση, η συμφωνία ανάμεσα στις έξι εταιρίες χονδρικής πώλησης (ESTEE LAUDER, L’OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM) είναι οριζόντια. Οι πρακτικές άμεσου ή έμμεσου καθορισμού τιμών ανάμεσα στις εταιρίες χονδρικής και στις εταιρίες λιανικής πώλησης ως συμπράξεις (με τη μορφή είτε συμφωνίας είτε εναρμονισμένης πρακτικής) αποτελούν κάθετη έκφανση της οριζόντιας σύμπραξης ανάμεσα στις έξι εταιρίες χονδρικής πώλησης, η ύπαρξη της οποίας (έκφανσης) κατατείνει με βεβαιότητα στο συμπέρασμα ότι τελικά τα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα σε κάθετο επίπεδο από την οριζόντια σύμπραξη των εταιριών χονδρικής επήλθαν με προφανή δυσμενή αποτελέσματα για την αγορά και τον καταναλωτή, αφαιρώντας του το πλεονέκτημα μιας οικονομικότερης λόγω επιπλέον έκπτωσης για τα ίδια προϊόντα επιλογής.

Θ.4. Ο ΠΕΡΙΟΡΙΣΜΟΣ ΤΟΥ ΑΝΤΑΓΩΝΙΣΜΟΥ

Θ.4.1. Ο καθορισμός τιμών και ύψους των εκπτώσεων - Νομικό πλαίσιο

327) Για να εμπίπτει μια συμφωνία στην απαγόρευση των άρθρων 1 του ν. 703/1977 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ πρέπει να έχει «ως αντικείμενο ή ως αποτέλεσμα την παρεμπόδιση, τον περιορισμό ή τη νόθευση του ανταγωνισμού εντός της κοινής αγοράς»[548]. Ο διαζευκτικός χαρακτήρας αυτής της προϋπόθεσης, που εκφράζεται με τη χρήση του συνδέσμου «ή», επιβάλλει καταρχάς να εξεταστεί το αντικείμενο της συμφωνίας, λαμβανομένου υπόψη του οικονομικού πλαισίου εντός του οποίου εντάσσεται[549].

328) Το γεγονός ότι ένας περιορισμός του ανταγωνισμού είναι κατ’ αντικείμενο τέτοιος, δεν προϋποθέτει ότι τα συμβαλλόμενα μέρη είχαν ως αντικειμενική πρόθεση τον περιορισμό του ανταγωνισμού[550]. Για το λόγο αυτό, συμφωνίες μπορεί να είναι κατ’ αντικείμενο περιοριστικές του ανταγωνισμού ακόμη και αν τα μέρη είναι ικανά να αποδείξουν ότι δεν ήταν ο κύριος σκοπός της συμφωνίας ο περιορισμός του ανταγωνισμού ή ότι είχαν και άλλα θεμιτά κίνητρα[551]. Τα αντίστοιχα επιχειρήματα, τα οποία υποστηρίζουν ότι τέτοιου είδους συμφωνίες έχουν επίσης θετικούς σκοπούς/αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό (pro-competitive) δεν αξιολογούνται στο πλαίσιο των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 ή 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ[552], αλλά στο πλαίσιο των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ.

329) Σημειώνεται ότι, προκειμένου να εμπίπτει ένας περιορισμός στην κατηγορία του κατ’ αντικείμενο περιορισμού του ανταγωνισμού, αρκεί το γεγονός ότι η συμφωνία έχει από τη φύση της τη δυνατότητα να περιορίσει τον ανταγωνισμό, όπως είναι για παράδειγμα είναι ο καθορισμός τιμών. Επίσης τέτοιου είδους περιορισμούς συνιστούν οι συμπράξεις εκείνες (συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές) που συνεπάγονται αύξηση των τιμών, οδηγώντας σε μείωση της ευημερίας των καταναλωτών, καθώς οι τελευταίοι υποχρεώνονται να καταβάλλουν

[547] Κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας ενώπιον της ΕΑ, προβλήθηκε από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις ο ακριβώς αντίθετος ισχυρισμός: Βλ. ενδεικτικά μαρτυρία […], ο οποίος επί λέξει αναφέρει ότι «ως χονδρέμποροι αντιμετωπίζαμε πολύ πιο ισχυρούς λιανέμπορους», στη σελ. 16 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016.

[548] Βλ. C-209/07, Competition Authority κατά Beef Industry Society Ltd κλπ, Συλλ. 2008, σελ.I-8637, σκ. 15.

[549] Βλ. C-209/07, ό.π., σκ. 15-16, με περαιτέρω παραπομπή σε νομολογία, π.χ. ενδεικτικά ΔΕΚ 56 & 58/64, Consten & Grundig κατά Επιτροπής, Συλλ. τόμος 1965-1968, σελ. 363 επ. Αν από τη εξέταση της συμφωνίας δεν προκύψει ότι είναι αρκούντως επιβλαβής για τον ανταγωνισμό, πρέπει να εξεταστούν τα αποτελέσματά της, προς επιβολή δε της απαγορεύσεως πρέπει να συντρέχουν στοιχεία που να αποδεικνύουν ότι πράγματι ο ανταγωνισμός είτε παρεμποδίστηκε είτε περιορίστηκε είτε νοθεύθηκε αισθητά.

[550] Βλ. C-209/07, Competition Authority κατά Beef Industry Society Ltd κλπ, Συλλ. 2008, σελ.I-8637, σκ. 21, σχετικά COMP/34579- Mastercard, ΕΕ 2009, C 264, σ.12, σκ. 402.

[551] Βλ. σχετικά COMP/34579- Mastercard, ο.π., σκ. 401 επ. με παραπομπή σε συνεκδ.υποθ. 96-102,104,105,108 & και 110/82, NV IAZ International Belgium and others κατά Επιτροπής.

[552] Βλ. Βλ. σχετικά COMP/34579- Mastercard, ο.π., σκ. 402 επ. με παραπομπή σε T-374/94 κ.ά., European Night Services κατά Επιτροπής, Συλλ. 1998, σελ.II-3146, σκ. 136, ΔΕΚ 19/77, Miller International Schallplatten v. Commission, ΔΕΚ C-209/07, ο.π., σκ. 21.

υψηλότερες τιμές[553]. Επειδή δε ο καθορισμός τιμών αποτελεί τόσο σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού, βάσει πάγιας νομολογίας και πρακτικής, τέτοιου είδους συμφωνίες / εναρμονισμένες πρακτικές συνιστούν παράβαση ανεξαρτήτως του μεριδίου αυτών στη σχετική αγορά[554], ενώ δεν μπορούν να εξαιρεθούν από το πεδίο εφαρμογής των απαγορευτικών διατάξεων των άρθρων 1 παρ. 1 ν. 703/1977 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ[555] (ούτε και να τύχουν ατομικής εξαίρεσης βάσει της παραγράφου 3 των ίδιων άρθρων)[556].

330) Προκειμένου μία συμφωνία καθορισμού τιμών να κριθεί ως αντι-ανταγωνιστική[557], δεν απαιτείται να έχει ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού στη σχετική αγορά (να εφαρμόστηκε δηλαδή στην πράξη), αρκεί ότι σκοπός της εν λόγω συμφωνίας να ήταν ο περιορισμός και νόθευση του ανταγωνισμού[558]. Επομένως, προκειμένου να θεμελιωθεί παράβαση των άρθρων 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ, δεν είναι απαραίτητο, να εξεταστεί αν επήλθε το περιοριστικό του ανταγωνισμού αποτέλεσμα[559], το οποίο ωστόσο, όπως αναλύεται στο προηγούμενο κεφάλαιο, στην εξεταζόμενη περίπτωση επήλθε.

Θ.4.2. Οριζόντια διάσταση

Θ.4.2.1 Νομικό πλαίσιο

331) Οριζόντιες συμφωνίες που περιορίζουν την ελευθερία των μερών προς διαπραγμάτευση των τιμών αγοράς προϊόντων από προμηθευτές απαγορεύονται ρητά[560]. Συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές, με τις οποίες επιδιώκονται αυξήσεις ή μειώσεις τιμών αγοράς ή πώλησης περιορίζουν τον ανταγωνισμό και απαγορεύονται ρητά από τα άρθρα 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ[561]. Θεωρείται άλλωστε ότι η τιμή αποτελεί το κυριότερο μέσο ανταγωνισμού, οι διάφορες επομένως συνεννοήσεις και συμπαιγνίες που υιοθετούνται με έσχατο στόχο τον καθορισμό της τιμής και την εξάλειψη κάθε ανταγωνισμού σχετικά με την τιμή περιορίζουν από την ίδια τους τη φύση τον ανταγωνισμό κατά την έννοια των ανωτέρω άρθρων[562]. Επίσης, ο καθορισμός της εκπτωτικής πολιτικής που θα ακολουθηθεί από τις συμμετέχουσες στη σύμπραξη επιχειρήσεις συνιστά (έμμεσο) καθορισμό τιμών και απαγορεύεται από το δίκαιο του ανταγωνισμού, καθώς τα μέρη της εν λόγω σύμπραξης παραιτούνται αμοιβαία εκ της ελευθερίας τους να χορηγήσουν εκπτώσεις[563].

332) Παράνομη σύμπραξη υφίσταται ακόμα και εάν συνάπτεται μόνο σε ανώτερο επίπεδο εμπορίου (πχ. των παραγωγών ή των προμηθευτών) και αφορά τους όρους, με τους οποίους θα συναλλάσσονται οι πελάτες τους (πχ. οι χονδρέμποροι) με τους δικούς τους πελάτες (πχ. λιανέμπορους). Η θέση περιορισμών ως προς τα περιθώρια κέρδους, τις (μέγιστες) εκπτώσεις και τις τιμές που δύνανται να χρεώνουν οι πελάτες των συμπραττουσών επιχειρήσεων θεωρείται ότι έχουν ως σκοπό τον περιορισμό της ελευθερίας δράσης αυτών και, ως εκ τούτου, τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Επομένως, θεωρείται ότι τα άρθρα 1 και 81 απαγορεύουν κάθε περιορισμό του ανταγωνισμού σε οποιοδήποτε επίπεδο εμπορίου (μεταξύ του παραγωγού και του τελικού καταναλωτή στο πλαίσιο της αλυσίδας παραγωγής) και ότι για το λόγο αυτό γίνεται αναφορά σε αυτά τα άρθρα σε γενικούς όρους όπως «άλλους όρους συναλλαγής» (trading conditions- στο άρθρο 1 περίπτ.α΄), στην «παραγωγή» και τις «αγορές» (στο άρθρο 1 περίπτ. β΄ και γ΄), δίχως δηλαδή διάκριση ανάλογα με το επίπεδο του εμπορίου, στο οποίο λαμβάνει χώρα ο σκοπός ή το αποτέλεσμα περιορισμού του ανταγωνισμού[564].

[553] Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για το άρθρο 81 παρ. 3, ΕΕ 2004, C 101, σ.97, παρ. 21.

[554] Σε αυτό το πλαίσιο, κρίνεται σκόπιμο να αναφερθεί το παράδειγμα της υπόθεσης Greek Ferries [IV/34.466, EE L109, της 27.04.1999, σελ.24], με βάση το σκεπτικό της οποίας επιβλήθηκε πρόστιμο για καρτέλ - μεταξύ άλλων - και σε μικρού και μεσαίου μεγέθους επιχειρήσεις. Στην υποσημείωση 10 της συγκεκριμένης απόφασης αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι: «Πρέπει να σημειωθεί ότι η Marlines και κατά πάσα πιθανότητα η Βεντούρης μπορούν να θεωρηθούν ως μικρομεσαίες επιχειρήσεις σύμφωνα με τη σύσταση 96/280/ΕΚ της Επιτροπής. Σύμφωνα με την ανακοίνωση της Επιτροπής για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας (ΕΕ C 372 της 9.12.1997, σ. 13) οι συμφωνίες μεταξύ των ΜΜΕ δεν εμπίπτουν εν γένει στην απαγόρευση του άρθρου 85 παράγραφος 1. Εντούτοις, στην προκειμένη περίπτωση, δύο μόνο από τα μέρη, δηλαδή η Marlines και η Βεντούρης μπορούν να θεωρηθούν ως ΜΜΕ. Επιπλέον, είναι βέβαιο ότι η συμφωνία παρεμποδίζει αισθητά τον ανταγωνισμό σε σημαντικό τμήμα της σχετικής αγοράς (βλέπε τμήμα ΙΙΙ της ανακοίνωσης της Επιτροπής για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας)».

[555] Ανακοίνωση ΕΑ της 2.3.2006 σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας (de minimis) EE C 368 της 22.12.2001, παρ. 11 (1). Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας, ΕΕ 2014, C 291, σελ.1. Βλ. ΕΑ 564/VII/2013, σκ. 88, με παραπομπή σε περαιτέρω νομολογία: ΔΕφΑθ 559/2010, ΔΕφΑθ 2891/2009, ΔΕφΑθ 1682/2009, σκ.29.

[556] Βλ. κατωτέρω παρ. 383) επ. και 387) επ. (για ατομική εξαίρεση 1 παρ. 3 Ν.703/77 και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ).

[557] Πρβλ. Απόφαση ΕΑ 591/2014, σκ. 55-58.

[558] C-246/86, Belasco κατά Επιτροπής, Συλλ. 1989, σ. 2117, σκ. 12-15, T-7/89, SA Hercules Chemicals κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σ. II-1711, σκ.271, Απόφαση Επιτροπής 2004/104/ΕΚ, ο.π, σκ. 180 επ., T-25/95 κλπ., Cimenteries κατά Επιτροπής, Συλλ.2000, σ. II-508, σκ. 1531, 3927επ., C-123/83, BNIC κατά Clair, Συλλ. 1985, σ. 391, σκ.22, T-303/02, Westfalen Gassen Nederland BV κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σ. II-4574, σκ.75 (με παραπομπή σε σχετική νομολογία).

[559] T-49/02, Brasserie κατά Επιτροπής, Συλλ. 2005, σ. II-3038, σκ.97, 108 & 178.

[560] Απόφαση Επιτροπής 84/405/ΕΟΚ, Zinc Producer Group, EE 1984, L 220, σ. 77, σκ.66 και Jones A., EC Competition Law, Oxford University Press, 2004, p.792.

[561] Απόφαση Επιτροπής 2004/104/ΕΚ, Μεθυλογλυκαμίνη, ΕΕ 2004, L 38, σ.18, σκ.171 επ., T-334/94, Sarrio SA κατά Επιτροπής, Συλλ. 1998, σ. II-1446, σκ.122, 137-139.

[562] Απόφαση Επιτροπής 2004/104/ΕΚ, ο.π, παρ.181.

[563] Βλ. σχετικά ΕΑ 277/IV/2005 και ΔΕφΑθ 1001/2006 (η οποία αποδέχθηκε την ύπαρξη παράβασης εκ μέρους του ΣΕΣΜΕ για τήρηση έναντι των προμηθευτών τους των καταλόγων εκπτώσεων που έστελνεπρος τα super markets), ΔΕΚ 311/85, VZWV κατά ASBL, Συλλ. 1987, σ.3801, σκ., 17, T-213/00, CMA, CGM, κλπ κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σ.II-913, σκ. παρ. 175 (με παραπομπή σε σχετική νομολογία) (βλ. και Ritter L. - Braun W., European Competition Law: A Practitioner’s Guide, 2004, σ.178).

[564] Αποφάσεις ΔΕΚ 209επ./78, ο.π., σκ.102-103, 107-109, 131-132, 141. Η υπόθεση αφορούσε στον καθορισμό των μέγιστων εκπτώσεων που μπορούσαν να δίδουν τόσο οι ίδιοι οι παραγωγοί (τσιγάρων) προς τους χονδρεμπόρους, όσο και οι χονδρέμποροι προς τους λιανέμπορους, με αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού.Και τούτο, διότι στερούσε αφενός την πιθανότη-

333) Επιπλέον, μία σύμπραξη μεταξύ επιχειρήσεων που θέτει σημαντικές απαγορεύσεις στην ελευθερία δράσης των πελατών τους, προκειμένου να τύχουν κάποιας έκπτωσης ή οιασδήποτε παροχής, θεωρείται ότι έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού μεταξύ των εν λόγω πελατών κατά την έννοια των άρθρων 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ. Ειδικότερα, η θέση περιορισμών από τους παραγωγούς με στόχο τον έλεγχο από μέρους τους της τιμολογιακής πολιτικής των λιανεμπόρων εκτιμάται ότι έχει αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού[565].

334) Οι πληροφορίες που αφορούν στις τιμές (χονδρικής ή λιανικής) πώλησης, που έχει αποφασίσει ή σκέπτεται να ακολουθήσει στην αγορά μία επιχείρηση, θεωρούνται εκ φύσεως εμπιστευτικές. Η ανταλλαγή τους, επομένως, απαγορεύεται ως δυνάμενη να συμβάλει στην εφαρμογή μίας εναρμονισμένης πρακτικής μεταξύ των επιχειρήσεων αναφορικά με τις τιμές[566].

Θ.4.2.2. Υπαγωγή (εταιρίες χονδρικής πώλησης)

335) Στην εξεταζόμενη περίπτωση, υπενθυμίζεται ότι η NOTOS απέστειλε πρώτη εξώδικη δήλωση προς τις εταιρίες L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR (23.01.2006), με την οποία τις κατήγγειλε ότι αφενός δεν χορήγησαν πιστωτικά σημειώματα για την υποστήριξη των χειμερινών εκπτώσεων κι αφετέρου ταυτόχρονα απέσυραν τις αισθητικούς συμβούλους από τα καταστήματα μόνο της NOTOS, και κάνει λόγο ειδικότερα για «πρακτική εναρμονισμένη»[567] και «ενέργεια συντονισμένη»[568] από την πλευρά των L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR σε βάρος της NOTOS [569]. Το περιεχόμενο του δεύτερου εξωδίκου της NOTOS προς τις εταιρίες L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR έχει ως εξής: «Όπως γνωρίζετε, την 23 Ιανουαρίου 2006 σας κοινοποιήσαμε

τα ανταγωνισμού μεταξύ των παραγωγών ως προς τα περιθώρια κέρδους και αφετέρου την πιθανότητα ανταγωνισμού μεταξύ των χονδρεμπόρων ως προς τις υπηρεσίες που θα παρέχουν προς τους παραγωγούς. Βλ. επίσης Τ-14/93, Union Internationale des chemins κλπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 1995, σ. ΙΙ-1503, σκ.49-53. Η υπόθεση αυτή αφορούσε στην απόφαση της Ένωσης Σιδηροδρομικών Μεταφορών για τον καθορισμό των τιμών μεταφοράς των γραφείων ταξιδίων και λήφθηκε δίχως τη συμμετοχή και αποδοχή των γραφείων ταξιδίων. Το ΠΕΚ θεώρησε ότι η υπό εξέταση παράβαση θα υπήρχε είτε τα γραφεία ταξιδίων μπορούσαν να θεωρηθούν ανεξάρτητες επιχειρήσεις έναντι των μεταφορέων είτε όχι. Το σκεπτικό της απόφασης επιβεβαιώθηκε από το ΔΕΚ στην υπ’ αριθμ. C-264/95 P, Επιτροπή κατά UIC, Συλλ. 1997, σ. Ι-1287, ιδίως σκ. 41-45.

[565] Περί όλων αυτών βλ. Απόφαση Επιτροπής 82/506/ΕΟΚ, SSI, ΕΕ 1982, L232, σ.1, σκ. 98-99 (ιδίως δ), 116. Στην υπόθεση αυτή, οι παραγωγοί τσιγάρων μέσω της Ένωσής τους (SSI) έλαβαν απόφαση χορήγησης συμπληρωματικών εισφορών προς τους εμπόρους τσιγάρων υπό προϋποθέσεις που έθεταν περιορισμούς στην ελευθερία δράσης των εμπόρων-πελατών τους σε ζητήματα σημαντικής εμπορικής σημασίας (πχ. υποχρέωση να έχουν ελάχιστο αριθμό σημείων λιανικής, υποχρέωση, πραγματοποίησης ελάχιστου κύκλου εργασιών, υποχρέωση διατήρησης συγκεκριμένων αποθεμάτων, υποχρέωση υποβολής έκθεσης για τα τσιγάρα που πωλήθηκαν στην τιμή αναγραφής στην ταινία…). Η επιβολή αυτών των περιορισμών που ενισχυόταν με τυχόν επιβαλλόμενες κυρώσεις θεωρήθηκε ότι είχε ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού μεταξύ των πελατών των παραγωγών, με βάση τα προβλεπόμενα στο το άρθρο 81 της ΣυνθΕΚ.

[566] Τ-1/89, Rhone_Poulenc SA κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σ. ΙΙ-1034, σκ. 122. Στη συγκεκριμένη υπόθεση, ο προσφεύγων συμμετείχε σε συναντήσεις που αφορούσαν την ανταλλαγή πληροφοριών (price lists) μεταξύ των ανταγωνιστριών εταιρειών σχετικά, μεταξύ άλλων, με τη σκοπούμενη τιμολογιακή πολιτική τους. Η συμμετοχή του στις συναντήσεις αυτές θεωρήθηκε εναρμονισμένη πρακτική με σκοπό τον επηρεασμό της συμπεριφοράς των ανταγωνιστών στη σχετική αγορά (παρ.122-127). Βλ. αντίστοιχα και Απόφαση Επιτροπής 77/592/EEC, COBELPA/VNP, ΕΕ 1977, L 242, σ.10, σκ.25-30, Τ-25επ./95, Cimenteries CBR κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, σ. ΙΙ-491, σκ.1531, Απόφαση Επιτροπής 74/292/ΕΟΚ, IFTRA Rules on Glass Containers, ΕΕ 1974, L 160, σ.1, σκ.40-45, καθώς και ΔΕφΑθ 1682/2009, Vivartia κατά ΕΑ, σκ.41-43.

[567] «εφόσον την ακολουθούν και όλες οι άλλες εταιρείες του κλάδου και μόνον εναντίον των δικών μας πολυκαταστημάτων», όπως σημειώνει χαρακτηριστικά η NOTOS.

[568] «καθώς και όλες οι άλλες εταιρείες του κλάδου έπραξαν το ίδιο», όπως σημειώνει χαρακτηριστικά η NOTOS.

[569] Ανωτέρω υπό παρ.319) (Θ.3.6.1. Συμφωνίες με οριζόντια χαρακτηριστικά). Το περιεχόμενο του πρώτου εξωδίκου της NOTOS έχει ως εξής:

«Όπως άριστα γνωρίζετε, κατά την περίοδο των εκπτώσεων είθισται παγίως αλλά είναι και συμφωνημένο μεταξύ μας, εταιρείες σας (αλλά και όλες οι άλλες του κλάδου) να μας ενημερώνουν για το ποσοστό έκπτωσης που επιθυμείτε για τα προϊόντα σας που πωλούνται από τα πολυκαταστήματά μας, επιστρέφοντας μας ταυτόχρονα μέρος της έκπτωσης με τη μορφή πιστωτικού σημειώματος. Την ίδια δε πρακτική ακολουθείτε στο σύνολο της αγοράς, δηλαδή και στα ανταγωνιστικά προς εμάς καταστήματα (ΧΟΝΤΟΣ, B.SHOP, GDB), χορηγώντας και σε αυτά αντίστοιχα πιστωτικά σημειώματα.

Κατά την τωρινή περίοδο εκπτώσεων όμως (που άρχισε σήμερα), εντελώς αδικαιολόγητα και αιφνιδιαστικά, για λόγους άγνωστους προς εμάς, προβαίνετε σε διακριτική άνιση μεταχείριση εναντίον των καταστημάτων μας, εφόσον σε όλα τα ανταγωνιστικά προς εμάς καταστήματα χορηγείτε πιστωτικά σημειώματα με σκοπό την έκπτωση των προϊόντων σας, εκτός από τα δικά μας πολυκαταστήματα.

Η πρακτική αυτή δε είναι εναρμονισμένη, εφόσον την ακολουθούν και όλες οι άλλες εταιρείες του κλάδου και μόνον εναντίον των δικών μας πολυκαταστημάτων.

Ταυτόχρονα, τελείως απροειδοποίητα, αδικαιολόγητα και αιφνιδιαστικά αφαιρέσατε σήμερα (πρώτη μέρα των εκπτώσεων) από τα πολυκαταστήματα μας όλες τις αισθητικούς / πωλήτριες που μας παρέχετε βάσει της μεταξύ μας συμφωνίας για την πώληση των εμπορευμάτων σας. Η αφαίρεση των αισθητικών / πωλητριών σας έγινε εντελώς αδικαιολόγητα και μάλιστα με σκοπό να μας βλάψει καθώς σήμερα, την πρώτη ημέρα των εκπτώσεων δεν έχουμε προσωπικό να εξυπηρετήσει τους καταναλωτές.

Και αυτή η ενέργεια σας ήταν συντονισμένη, καθώς και όλες οι άλλες εταιρείες του κλάδου έπραξαν το ίδιο.

Επειδή η ως άνω συμπεριφορά σας είναι τελείως αντισυμβατική, αθέμιτη και παράνομη και μας προκαλεί αυτονοήτως ιδιαίτερα σημαντική ζημιά, καθώς λόγω των ως άνω ενεργειών σας αφενός δεν έχουμε προσωπικό προκειμένου να εξυπηρετήσουμε τους καταναλωτές που επιθυμούν να αγοράσουν τα προϊόντα που μας προμηθεύετε και αφετέρου δε μπορούμε να χορηγήσουμε «εκπτώσεις των άνω προϊόντων σας επειδή αδικαιολόγητα αρνείσθε να μας χορηγήσετε πιστωτικά σημειώματα, σε αντίθεση με ότι κάνετε προς τα ανταγωνιστικά μας καταστήματα.

Επειδή θεωρούμε ότι την πρακτική αυτή σας την επέβαλε ανταγωνιστικό προς εμάς κατάστημα, που έχει ως απώτερο σκοπό να αποκτήσει, συγκριτικό πλεονέκτημα έναντι ημών, σας καλούμε να αναθεωρήσετε άμεσα την αθέμιτη αυτή πρακτική σας, για να μην αναγκαστούμε να καταγγείλουμε την αθέμιτη αυτή συμπεριφορά σας στις αρμόδιες αρχές και να στραφούμε εναντίον σας με κάθε νόμιμο μέσο για να προστατεύσουμε τα συμφέροντα μας.».

την από 23-1-2006 Εξώδικη Δήλωση - Πρόσκληση και Διαμαρτυρία μας, η οποία επισυνάπτεται στο παρόν, με την οποία σας καλέσαμε να παύσετε την παράνομη, αθέμιτη, αντισυμβατική και ιδιαιτέρως ζημιογόνο για εμάς συμπεριφορά σας που περιγράφεται στην ως άνω Εξώδικη Δήλωση - Πρόσκληση και Διαμαρτυρία μας, δηλαδή: α) την αιφνιδιαστική αδικαιολόγητη και εναρμονισμένη άρνηση χορήγησης εκ μέρους σας σε εμάς πιστωτικών σημειωμάτων προκειμένου να πωλούμε σε ανταγωνιστικές τιμές τα προϊόντα σας από τα πολυκαταστήματα μας, πιστωτικά σημειώματα τα οποία χορηγείτε στα ανταγωνιστικά προς εμάς καταστήματα (HONDOS, Beauty Shop, GDB κλπ) με σκοπό τη δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος υπέρ αυτών και εναντίον ημών και β) την επίσης αιφνιδιαστική, αντισυμβατική, αδικαιολόγητη και εναρμονισμένη απόσυρση εκ μέρους σας από τα πολυκαταστήματα μας κατά την πρώτη ημέρα των εκπτώσεων όλων των αισθητικών - πωλητριών σας, πράγμα το οποίο έχει ως αποτέλεσμα να μην έχουμε προσωπικό για να εξυπηρετήσει τους καταναλωτές που επιθυμούν να αγοράσουν τα προϊόντα σας από τα πολυκαταστήματα μας, σε αντίθεση με όλα τα ανταγωνιστικά προς εμάς καταστήματα (HONDOS, Beauty Shop, GDB κλπ), τα οποία και ενισχύσατε με αποστολή πρόσθετου προσωπικού σε αυτά, αποσκοπώντας στην δημιουργία συγκριτικού πλεονεκτήματος υπέρ αυτών και στην πρόκληση σημαντικής βλάβης εις βάρος μας.

336) Επειδή κατά τρόπο τελείως παράνομο και αντισυμβατικό, παρά την κοινοποίηση σε εσάς της ως άνω από 23-1-2006 Εξώδικης Δήλωσης - Πρόσκλησης και Διαμαρτυρίας μας, εσείς εναρμονισμένα αρνείσθε μέχρι σήμερα να ανταποκριθείτε στις συμβατικές και νόμιμες υποχρεώσεις σας και από κοινού παραλείπετε να επανορθώσετε την προπεριγραφόμενη συμπεριφορά σας, αλλά αντίθετα συνεχίζετε να προβαίνετε στις προαναφερόμενες εναρμονισμένες παράνομες ενέργειες σας και επιπροσθέτως δεν μας έχετε απαντήσει το παραμικρό στην ως άνω Εξώδικη Δήλωση - Πρόσκληση μας.». Όπως παρατηρείται, η φρασεολογία που χρησιμοποιεί η NOTOS απευθυνόμενη στους ανταγωνιστές της, είναι ιδιαίτερα χαρακτηριστική και δεν καταλείπει την παραμικρή αμφιβολία για το τι ακριβώς εννοεί με το εξώδικό της η NOTOS. Συγκεκριμένα, σε τέσσερα σημεία του δεύτερου εξωδίκου αναφέρεται «σε εναρμονισμένη άρνηση χορήγησης εκ μέρους σας σε εμάς πιστωτικών σημειωμάτων», σε «εναρμονισμένη απόσυρση εκ μέρους σας από τα πολυκαταστήματα μας κατά την πρώτη ημέρα των εκπτώσεων όλων των αισθητικών - πωλητριών σας», κάνει χρήση της φράσης «εναρμονισμένα αρνείσθε μέχρι σήμερα» και καταλήγει κάνοντας λόγο για «εναρμονισμένες παράνομες ενέργειες σας».

337) Στην εξώδικη δήλωση της CHRISTIAN DIOR προς την εταιρία NOTOS COM (06.02.2006)[570], καταγράφεται ότι: «… αιφνιδιαστικά και χωρίς καμία προειδοποίηση ή ενημέρωση εκ μέρους σας, διαπιστώσαμε ότι πωλούσατε τα προϊόντα σας σε ποσοστό έκπτωσης που υπερέβαινε τα συμφωνηθέντα με την εταιρία μας, αλλά και τις λοιπές εταιρίες… με έκπληξη διαπιστώσαμε ότι πωλούσατε τα δικά σας προϊόντα με έκπτωση 60% αντί του 50% που είχαμε συμφωνήσει ότι θα πωλούνταν όλα τα είδη αδιακρίτως… Προβήκατε δηλαδή σε μια παράνομη αύξηση του ποσοστού έκπτωσης κατά 10% στα δικά σας προϊόντα,… ουδέποτε σε περίοδο εκπτώσεων υπήρξε διαφοροποίηση του ποσοστού έκπτωσης των δικών σας από τα προϊόντα των λοιπών εταιριών, … Είναι λοιπόν προφανές ότι η αποχώρησή μας… έγινε σε ένδειξη διαμαρτυρίας κατά της αιφνιδιαστικής αλλαγής της πολιτικής εκπτώσεων που ίσχυε αδιακρίτως όλα τα χρόνια της συνεργασίας μας με την εταιρία σας… η αυθαίρετη αλλαγή της πολιτικής εκπτώσεων που εφαρμόσατε για πρώτη φορά στις φετινές εκπτώσεις αποτελεί… συμπεριφορά αντίθετη σε κάθε έως σήμερα συμφωνία … αποδοκιμάστηκε από όλες τις συνεργαζόμενες με εσάς εταιρίες με τη προφανή και απολύτως δικαιολογημένη αποχώρησή τους από τα καταστήματά σας…». Η καταγραφή αυτή στο εν λόγω έγγραφο αβίαστα και πέραν από κάθε αμφιβολία αποδεικνύει ότι η σύμπραξη ανάμεσα στις έξι εταιρίες χονδρικής (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM) αφορούσε στον καθορισμό πάγιων εκπτώσεων στο επίπεδο του 50% (τουλάχιστον) κατά την περίοδο των (χειμερινών) εκπτώσεων. Προκύπτει επίσης αβίαστα ότι τη χρονική στιγμή, κατά την οποία η CHRISTIAN DIOR αποστέλλει στη NOTOS COM (ήτοι στις 06.02.2006) τη συγκεκριμένη εξώδικη όχληση, γνωρίζει ήδη ότι οι εταιρίες L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ έχουν προβεί σε απόσυρση των αισθητικών τους συμβούλων από τα καταστήματα της NOTOS COM, πράγμα το οποίο φροντίζει μάλιστα να τονίσει προς τη NOTOS COM. Επιπλέον, η διατύπωση της φράσης «αιφνιδιαστικά και χωρίς καμία προειδοποίηση ή ενημέρωση εκ μέρους σας» αποκαλύπτει ότι οι ανωτέρω εμπλεκόμενες εταιρίες αποτελούν κατ’ επίφαση μόνο ανταγωνιστές, αφού στην πραγματικότητα πρόκειται για επιχειρήσεις που για σημαντικό διάστημα συνεργάζονται κρυφίως. Μόνον έτσι εξηγείται η «κατηγορία» που προσάπτει η CHRISTIAN DIOR με το εξώδικό της στη NOTOS COM ότι η τελευταία με το να «πωλήσει τα δικά της προϊόντα με έκπτωση 60% αντί του 50% που είχαν συμφωνήσει ότι θα πωλούνταν όλα τα είδη αδιακρίτως» αιφνιδίασε, δεν προειδοποίησε και δεν ενημέρωσε τους κατ’ επίφασει ανταγωνιστές της για την εμπορική της πολιτική, την οποία ωστόσο με βάση τους κανόνες του ελεύθερου ανταγωνισμού η NOTOS COM όφειλε να ασκεί αυτόνομα, όπως επίσης και έκαστος ανταγωνιστής. Χαρακτηριστικές είναι και οι αντιφάσεις στις οποίες υπέπεσαν οι μάρτυρες αναφορικά με το συγκεκριμένο ζήτημα στη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας[571]. Σημειωτέον ότι για αιφνιδιασμό

[570] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) ε), (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου αποτυπώνεται το σύνολο των απαντήσεων των εταιριών χονδρικής πώλησης στις εξώδικες δηλώσεις της NOTOS COM για το 2006.

[571] Βλέπε πολύ χαρακτηριστικά κατάθεση […], σελ. 109, από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, «Γινόντουσαν εκπτώσεις φυσικά, αλλά η αντιμετώπιση ήταν ίδια για όλες τις εταιρίες.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Η διαφωνία μας ήτανε ότι δεν μπορείς την ίδια στιγμή που έχεις 10 εταιρίες, μάλλον που έχεις τις δικές μας εταιρίες, να υπάρχει μια διακριτική μεταχείριση και να προσφέρεις στον τελικό καταναλωτή, που αν θέλετε μπαίνει στην ίδια σάλα, κάποια

κάνει λόγο και η NOTOS στα εξώδικά της, γεγονός το οποίο εμμέσως καταδεικνύει ότι μέχρι το χρονικό σημείο της απόσυρσης των αισθητικών, εμπορικοί αιφνιδιασμοί μεταξύ ανταγωνιστών γενικά δεν υπήρχαν. Επομένως, με βάση τα ανωτέρω, η συν-απόφαση των L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR να προβούν συντονισμένα στην απομάκρυνση των αισθητικών τους συμβούλων από τα καταστήματα της NOTOS COM σε συνάρτηση με την ταυτόχρονη μη χορήγηση εκ μέρους τους πιστωτικών σημειωμάτων προς τη NOTOS, είχε ως αποτέλεσμα να πιέσουν ασφυκτικότερα, δηλ. αποτελεσματικότερα, την αποσκιρτήσασα (προσωρινώς) από το καρτέλ NOTOS COM, πράγμα το οποίο τελικά και επέτυχαν, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης, αφού τελικά η NOTOS COM αναγκάστηκε να υπαναχωρήσει ως προς την εκπτωτική της πολιτική και να συμμορφωθεί με τις απαιτήσεις των λοιπών μελών του καρτέλ, ήτοι των L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR.

Η ανωτέρω εξώδικη δήλωση[572] της CHRISTIAN DIOR είναι εξόχως αποκαλυπτική και για έναν ακόμη βασικό λόγο: Καταδεικνύει ότι η διαπιστωθείσα το 2006 καρτελική σύμπραξη μεταξύ των 6 εμπλεκομένων (συμπεριλαμβανομένης δηλ. και της NOTOS) εταιριών χονδρικής δεν αποτέλεσε ένα πρόσκαιρο και απολύτως προσωρινό φαινόμενο που έλαβε χώρα μόνο την περίοδο των εκπτώσεων κατά το έτος 2006, αλλά πρόκειται μόνο για «την κορυφή του παγόβουνου»: όπως ρητά και αβίαστα αναφέρει η ίδια η CHRISTIAN DIOR στο από 06.02.2006 εξώδικό της, η συγκεκριμένη οριζοντίως δομημένη πολιτική εκπτώσεων «ίσχυε αδιακρίτως όλα τα χρόνια της συνεργασίας» και σε αυτή βασίζονταν –κατά τα λεγόμενα της ίδιας της CHRISTIAN DIOR – η συνεργασία της τελευταίας με τη NOTOS «και τις λοιπές εταιρίες». Ειδικότερα, η CHRISTIAN DIOR σε περισσότερα του ενός σημεία του από 08.02.2006 εξωδίκου της αναφέρεται σε «όλα τα χρόνια» συνεργασίας με τη NOTOS. Συγκεκριμένα, στη δεύτερη σελίδα του εξωδίκου η CHRISTIAN DIOR, απευθυνόμενη προς τη NOTOS, αναφέρει επί λέξει στην πρώτη εκεί παράγραφο «Δέον να σας υπενθυμίσουμε ότι όλα τα χρόνια της μεταξύ μας συνεργασίας ΟΥΔΕΠΟΤΕ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΥΠΗΡΞΕ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΕΚΠΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΚΩΝ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ[573] […]». Επίσης, στην αμέσως επόμενη παράγραφο η CHRISTIAN DIOR αναφέρει επί λέξει «Είναι λοιπόν προφανές από τα παραπάνω ότι η αποχώρησή μας δεν ήταν ούτε αντισυμβατική, ούτε αναιτιολόγητη, ούτε παράνομη αλλά έγινε σε ένδειξη διαμαρτυρίας κατά της αιφνιδιαστικής αλλαγής της πολιτικής των εκπτώσεων που ίσχυε αδιακρίτως όλα τα χρόνια της συνεργασίας μας με την εταιρεία σας […]», ενώ στην αμέσως επόμενη παράγραφο η CHRISTIAN DIOR κάνει λόγο για «τόσα χρόνια συνεργασίας». Δηλαδή, με βάση τα ως άνω αναφερόμενα σε περισσότερα του ενός σημεία του συγκεκριμένου εξωδίκου, μία εταιρία του μεγέθους και της φήμης της CHRISTIAN DIOR παρουσιάζεται να ομολογεί αβίαστα ότι η πολιτική εκπτώσεων καθορίζονταν από κοινού επί χρόνια (μάλιστα, όπως αναφέρει η ίδια χαρακτηριστικά «αδιακρίτως όλα τα χρόνια») ανάμεσα στις έξι (6) εταιρίες χονδρικής πώλησης, ήτοι τις L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS. Σημειώνεται ότι, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης α) συμβατική σχέση της NOTOS με την CHRISTIAN DIOR διαπιστώνεται τουλάχιστον από το έτος 2001 β) συμβατική σχέση της NOTOS με τη L’ OREAL διαπιστώνεται τουλάχιστον από το έτος 2005 γ) συμβατική σχέση της NOTOS με την ESTEE LAUDER διαπιστώνεται τουλάχιστον από το έτος 2003 (στο από 07.02.2006 εξώδικό της προς τη NOTOS η ESTEE LAUDER κάνει λόγο στην παρ. IV για «υφιστάμενη από πολλών ετών εμπορική συνεργασία», η οποία συνεργασία, σύμφωνα με τα αναγραφόμενα στο ίδιο εξώδικο θίχτηκε μόνο το Φεβρουάριο του 2003 όταν –κατά το εξώδικο – εξαιρέθηκαν μόνο τα προϊόντα της ESTEE LAUDER από τις σε ποσοστό 50% εκπτώσεις καλλυντικών πολυτελείας που διενήργησαν τα καταστήματα της NOTOS) δ) συμβατική σχέση της NOTOS με την ΠΝΓ (ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ) διαπιστώνεται τουλάχιστον από το έτος 2003 και ε) συμβατική σχέση της NOTOS με τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ διαπιστώνεται τουλάχιστον από το έτος 2004. Στο παρόν σημείο σημειώνεται ότι, κατά την αξιολόγηση του παρούσας υπόθεσης, μία από τις μεγαλύτερες δυσκολίες που αντιμετώπισε η Επιτροπή Ανταγωνισμού ήταν η αδυναμία να βρεθεί και να προσδιοριστεί για έκαστη εμπλεκόμενη επιχείρηση χωριστά ο χρόνος έναρξης τέλεσης της παράβασης. Μολονότι ήταν σαφές ότι επρόκειτο για μία ενιαία και διαρκή παράβαση[574],

περισσότερα benefits το ένα πάνω στο άλλο.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Θεωρώ ότι είχε δικαίωμα να έχει οποιεσδήποτε λιανικές, οτιδήποτε εκπτώσεις θέλει. Αυτό που μας έβρισκε αντίθετους ή διαφωνούσαμε ήταν το γεγονός ότι δεν υπήρχε, αν θέλετε, μια ίση αντιμετώπιση, ένα fair play ανάμεσα στους ανθρώπους που στηρίζαμε τα μαγαζιά όλο το χρόνο. Τίποτα άλλο.». Βλέπε επίσης πολύ χαρακτηριστικά σελ. 22 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […], ο οποίος σε ερώτηση του Προέδρου της ΕΑ «αν ήταν ενιαίες οι εκπτώσεις […] όλο το προηγούμενο διάστημα, τα προηγούμενα χρόνια και τι ήταν», απαντά επί λέξει «Στις μάρκες ήτανε ίδιες.». Και όταν ο Πρόεδρος επανέρχεται ρωτώντας αυτόν αν θεωρεί αυτό το γεγονός συμπτωματικό, αυτός επί λέξει απαντά «Νομίζω ότι ήταν μία πρακτική των λιανεμπόρων, στην οποία εμείς δεν είχαμε άποψη, να το πω έτσι.».

[572] Υπογραμμίζεται ότι Εξώδικο ονομάζεται ένα έγγραφο το οποίο κοινοποιείται από φυσικό ή νομικό πρόσωπο σε κάποιο άλλο φυσικό ή νομικό πρόσωπο μέσω δικαστικού επιμελητή, με βεβαιωμένη ημερομηνία και ώρα παραλαβής, με σκοπό να αποδεικνύεται εγγράφως, μέσω της έκθεσης επίδοσης του Δικαστικού Επιμελητή, ότι ο παραλήπτης έλαβε γνώση του συγκεκριμένου εγγράφου, προκειμένου να μην μπορεί να αμφισβητηθεί ούτε αφενός ότι ο ‘αποστολέας’ του εν λόγω εγγράφου δήλωσε τα όσα περιέχονται στο εξώδικο, αλλά και ούτε αφετέρου ότι ο ‘παραλήπτης’ του έλαβε γνώση αυτού.

[573] Τα κεφαλαία γράμματα είναι από το συντάκτη του εξωδίκου.

[574] Ενδεικτικό και χαρακτηριστικό ήταν το εξώδικο της CHRISTIAN DIOR προς τη NOTOS COM, στο οποίο επί λέξει αναφέρεται ότι «Δέον να σας υπενθυμίσουμε ότι όλα τα χρόνια της μεταξύ μας συνεργασίας ΟΥΔΕΠΟΤΕ ΣΕ ΠΕΡΙΟΔΟ ΕΚΠΤΩΣΕΩΝ ΥΠΗΡΞΕ ΔΙΑΦΟΡΟΠΟΙΗΣΗ ΤΟΥ ΠΟΣΟΣΤΟΥ ΕΚΠΤΩΣΗΣ ΤΩΝ ΔΙΚΩΝ ΣΑΣ ΑΠΟ ΤΑ ΠΡΟΪΟΝΤΑ ΤΩΝ ΛΟΙΠΩΝ ΕΤΑΙΡΕΙΩΝ […]». Τα κεφαλαία γράμματα ήταν επιλογή της συντάκτριας του εν λόγω εξωδίκου εταιρίας.

ωστόσο επειδή αυτή είχε ως αφετηρία ένα σιωπηρό καταρχάς καρτέλ, σαφής εκδήλωση του οποίου υπήρξε μόνο κατά το έτος 2006 με την ανταλλαγή των επίμαχων εξωδίκων, κάθετες δε εκφάνσεις, σποραδικές μόνο, αυτού του καρτέλ είχαν ήδη εκδηλωθεί αποσπασματικά με την αποστολή τιμοκαταλόγων επιβολής τιμής ή εύρους τιμής μεταπώλησης από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής προς τους λιανέμπορους σε χρόνους προγενέστερους του 2006, κρίθηκε, λόγω έλλειψης λοιπών αξιόπιστων και αναλυτικών πληροφοριακών στοιχείων, νομικά ασφαλέστερο να αποδοθεί για τη συμμετοχή στην ως άνω διαρκή παράβαση σε έκαστη από τις εμπλεκόμενες εταιρίες ευθύνη μόνο για το προηγούμενο έτος, σε σχέση με το 2006, ήτοι το 2005, μολονότι υπήρχαν ενδείξεις για νωρίτερη (προ του 2005) χρονική αφετηρία του καρτέλ, για τις πέντε εκ των έξι εμπλεκομένων επιχειρήσεων[575] (πλην της L’ OREAL δηλαδή), η οποία, ωστόσο, κατέστη αδύνατο να προσδιοριστεί επακριβώς. Η δυσχέρεια αυτή καλύπτει τον προ του 2006 χρόνο, διότι η παραβατική συμπεριφορά τουλάχιστον από τις χειμερινές εκπτώσεις του Ιανουαρίου 2005 επιβεβαιώνεται πλήρως από το περιεχόμενο του ως άνω εξώδικου. Ο ισχυρισμός ότι η διατύπωση του εξωδίκου ήταν αποκλειστική ευθύνη του συντάκτη νομικού παραστάτη της εταιρίας δεν είναι πειστικός, διότι το εξώδικο αναφέρεται σε πραγματικά δεδομένα «αιφνιδιαστικής αλλαγής της πολιτικής των εκπτώσεων και ίσχυε όλα τα χρόνια της συνεργασίας». Η περίοδος των εκπτώσεων είναι κοινό τοις πάσι ότι επαναλαμβάνεται καθ’ έκαστον έτος (Ιανουάριο Φεβρουάριο οι χειμερινές και Ιούλιο Αύγουστο οι θερινές εκπτώσεις).

Επομένως τουλάχιστον για το προηγούμενο του 2006 έτος, αποδεδειγμένα έλαβε χώρα αυτή η συμφωνία από κοινού μεταξύ όλων των εμπλεκομένων εταιριών καθορισμού των εκπτώσεων σε ύψος όχι ανώτερο του 50%.

338) Ένα μέλος, όμως της Επιτροπής, η Εισηγήτρια Λευκοθέα Ντέκα, μειοψήφησε αναφορικά με το χρονικό σημείο έναρξης της ως άνω διαπιστωθείσας παράβασης. Κατά την άποψή της, στις περιπτώσεις όπως η παρούσα, στις οποίες συνάγονται από τη συνολική θεώρηση των στοιχείων του φακέλου πολυμερείς επαφές μεταξύ ανταγωνιστών με αντι-ανταγωνιστικό περιεχόμενο, δεν υφίστανται ωστόσο ακριβή και συγκλίνοντα στοιχεία περί του συγκεκριμένου χρόνου που αυτές έλαβαν χώρα, δυνάμει του τεκμηρίου της αθωότητας και των κανόνων περί κατανομής του βάρους απόδειξης μεταξύ διοικητικής αρχής και διοικουμένου [βλ. άρθρο 3 του ν. 3959/2011 και άρθρο 2 του Κανονισμού (ΕΚ) αριθ. 1/2003 του Συμβουλίου για την εφαρμογή των κανόνων ανταγωνισμού που προβλέπονται στα άρθρα 81 και 82 της συνθήκης, ΕΕ L 1 της 04.01.2003, σελ. 1 – βλ. επίσης ενδεικτικά ΔΕΚ 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, Ελληνική Ειδική Έκδοση 1978, σελ. 75, σκ. 365, ΔΕΕ C-89/11, E.ON Energie κατά Επιτροπής, απόφαση της 22 Νοεμβρίου 2012, αδημ., σκ. 71-72, και ΔΕΕ C- 74/14, Eturas κ.λπ., απόφαση της 21 Ιανουαρίου 2016, αδημ., σκ. 38 - 39], ως χρόνος έναρξης της διαπιστωθείσας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης λαμβάνεται υπόψη το απώτατο χρονικό σημείο στο οποίο θα μπορούσαν να είχαν πραγματοποιηθεί τέτοιες επαφές και να είχαν συναφθεί οι σχετικές αντι-ανταγωνιστικές συμφωνίες/ πρακτικές. Η φύση της σύμπραξης ως ενιαίας και διαρκούς δεν θεραπεύει την έλλειψη αποδείξεων και ενδείξεων, που θα επέτρεπαν, σε επαρκές κατά νόμο αποδεικτικό μέτρο, να προσδιορισθεί η διάρκεια της παράβασης, και συγκεκριμένα ο ακριβής χρόνος κατά τον οποίο συνάφθηκαν οι υπό κρίση συμφωνίες/ εναρμονισμένες πρακτικές [πρβλ. ΓενΔΕΕ T-208/08, Gosselin Group και Stichting Administratiekantoor Portielje κατά Επιτροπής, Συλλ. 2011, σελ. II-3639, σκ. 167]. Περαιτέρω, ούτε ο προσδιορισμός κατά συσταλτικό τρόπο του χρονικού σημείου εκκίνησης της παράβασης [βλ. προηγούμενη παράγραφο] μειώνει το κατά νόμο απαιτούμενο μέτρο απόδειξης ως προς το χρόνο που επιλέγει η αρχή ανταγωνισμού, κατά την άσκηση της διακριτικής της ευχέρειας, να ορίσει ως χρονικό σημείο εκκίνησης της παράβασης. Και στην περίπτωση αυτή, είναι αναγκαία κατά νόμο επαρκή ακριβή και συγκλίνοντα αποδεικτικά στοιχεία προς εδραίωση της αταλάντευτης πεποίθησης ότι η παράβαση είχε όντως διαπραχθεί στον κατά παραχώρηση ορισθέντα χρόνο [βλ. ΠΕΚ Τ-67/00, Τ-68/00, Τ-71/00 και Τ-78/00, JFE Engineering κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, σελ. 2501, σκ. 340-341 και 343, και ΓενΔΕΕ T-240/07, Heineken Nederland και Heineken κατά Επιτροπής, Συλλ. 2011, σελ. II-3355, σκ. 221]. Εν προκειμένω, από την προαναφερόμενη εξώδικη δήλωση της CHRISTIAN DIOR, ναι μεν αποδεικνύεται το περιεχόμενο της συναφθείσας μεταξύ των συμπραττουσών εταιριών συμφωνίας/ εναρμονισμένης πρακτικής, από το έγγραφο όμως αυτό δεν προκύπτουν αρκετά σαφείς ενδείξεις ως προς το χρόνο σύναψής της. Περαιτέρω, οι σχετικές αμφιβολίες δεν αίρονται με βάση τα στοιχεία περί αποστολής τιμοκαταλόγων από τις συμπράττουσες εταιρίες χονδρικής στις εταιρίες λιανικής [βλ. προηγούμενη παράγραφο], αφενός διότι τούτα όπως αναφέρεται είναι σποραδικά και αποσπασματικά και αφετέρου διότι αφορούν στο ύψος των τιμών των προϊόντων (είτε τιμής είτε εύρους τιμής λιανικής πώλησης), ενώ σε αυτά δεν συναντώνται αναφορές στο ύψος των εκπτώσεων κατά τη διάρκεια των εκπτωτικών περιόδων, που είναι το αντικείμενο της διαπιστωθείσας με την παρούσα σύμπραξης [βλ. παράγραφο 325 της παρούσας και σχετικές υποσημειώσεις και παράγραφοι 359 επ.]. Επιπροσθέτως, ακριβή ένδειξη για το χρόνο πραγματοποίησης μεταξύ των συμπραττουσών πολυμερών επαφών με το συγκεκριμένο αντι-ανταγωνιστικό περιεχόμενο δεν παρέχουν ούτε οι διμερείς συμβατικές σχέσεις της NOTOS με έκαστη από τις λοιπές εμπλεκόμενες επιχειρήσεις, καθώς ο χρόνος έναρξης αυτών διαφέρει ανά συνεργασία [βλ. προηγούμενη παράγραφο], ενίοτε και κατά αρκετά έτη [βλ. ΠΕΚ Τ 43/92, Dunlop Slazenger International Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1994, σελ. II-441, σκ. 80 επ., και ΠΕΚ T-66/01, Imperial Chemical Industries κατά Επιτροπής, Συλλ. 2010, σελ. II-2631, σκ. 397 επ. Πρβλ. ΓενΔΕΕ T-370/09, GDF Suez κατά Επιτροπής, απόφαση της 29 Ιουνίου 2012, αδημ., σκ. 143]. Κατά τα ανωτέρω, τα εν λόγω στοιχεία δεν μπορούν να θεωρηθούν ούτε συ-

[575] Πρβλ. IV/35.691/ΕΕ L24, της 3001.1999, σελ. 1επ., ιδίως παρ. 143επ.

γκλίνοντα, ενώ και το ίδιο το περιεχόμενο της σύμπραξης (καθορισμός του ύψους των εκπτώσεων κατά την εκπτωτική περίοδο) δεν επιτρέπει, εν προκειμένω, την ασφαλή συναγωγή σχετικού συμπεράσματος, λόγω ακριβώς του αντικειμένου της σχετικής πρακτικής και της περιοδικότητας του χρόνου αναφοράς και εκδήλωσής της (περίοδος εκπτώσεων) [πρβλ. ΓενΔΕΕ T 462/07, Galp Energía España κ.λπ. κατά Επιτροπής, απόφαση της 16 Σεπτεμβρίου 2013, αδημ., σκ. 503]. Λαμβανομένων υπόψη των ανωτέρω, κατά την άποψη της μειοψηφούσας, στην προκείμενη περίπτωση, ως χρόνος έναρξης της διαπιστωθείσας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης πρέπει να ληφθεί υπόψη η προηγουμένη της έναρξης της χειμερινής εκπτωτικής περιόδου του έτους 2006, που συνιστά το απώτατο χρονικό σημείο στο οποίο θα μπορούσαν να είχαν πραγματοποιηθεί οι σχετικές αντι-ανταγωνιστικές επαφές και να είχαν συναφθεί οι σχετικές αντι-ανταγωνιστικές συμφωνίες/ πρακτικές.

339) Στην απάντησή της σε σχετικό ερώτημα της ΓΔΑ, η CHRISTIAN DIOR αναφέρει ότι δεν υπήρξε οποιουδήποτε είδους συμφωνία με τις υπόλοιπες εταιρίες για την τήρηση της συνήθους έκπτωσης ύψους 50% κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων[576]. Η τοποθέτηση αυτή δεν είναι πειστική, καθώς στην από 06.02.2006 εξώδικη επιστολή της, ήτοι 13 μέρες μετά το εξώδικο της NOTOS COM, γίνεται ευθέως σαφής αναφορά σε «συμφωνία» μεταξύ των εταιριών για τήρηση του ανώτατου ποσοστού έκπτωσης 50%[577]. Είναι, επίσης, χαρακτηριστικό ότι και η L’ OREAL στο από 24.01.2006 εξώδικό της προς την NOTOS COM αναφέρει επί λέξει το εξής: «[σ]ας δηλώνουμε ότι εάν δεν αποκαταστήσετε τη νομιμότητα και συγκεκριμένα να εφαρμόσετε άμεσα εκπτώσεις που να μη θίγουν το κύρος και τη φήμη των προϊόντων μας, δηλαδή συνολικώς και αδιακρίτως μέχρι 50%, θα λάβουμε σε βάρος σας κάθε νόμιμο μέτρο προς προάσπιση των πολλαπλώς απειλούμενων δικαιωμάτων μας»[578]. Δεδομένου ότι η NOTOS COM εφάρμοσε εκπτώσεις 60% μόνο για τα δικά της προϊόντα και όχι και για τα προϊόντα της L’OREAL, αντιλαμβάνεται πέραν πάσης αμφιβολίας κανείς ότι αφενός η αναφορά που γίνεται στο εν λόγω χωρίο στη φήμη των προϊόντων της L’ OREAL είναι προσχηματική, αφετέρου - και κυριότερο - ότι η συγκεκριμένη απαίτηση της L’ OREAL προς τη NOTOS COM, συνιστά, από πλευράς κανόνων του ελεύθερου ανταγωνισμού, απαράδεκτη παρέμβαση στην εμπορική πολιτική της τελευταίας, δεδομένου ότι η NOTOS COM υπαναχώρησε στο 50%, όπως της υποδείχτηκε από τις λοιπές πέντε συμπράττουσες εταιρίες.

340) Κατά τα λοιπά, τεκμηρίωση της ύπαρξης της παράνομης σύμπραξης με αντικείμενο τον καθορισμό εκπτώσεων ενισχύεται περαιτέρω από τα καταγραφόμενα στις εξώδικες δηλώσεις των υπολοίπων εταιριών. Συγκεκριμένα, κατά την έναρξη των χειμερινών εκπτώσεων 2006, οι εταιρίες ESTEE LAUDER, ΠΝΓ και ΣΑΡΑΝΤΗΣ αποστέλλουν εξώδικες δηλώσεις προς την εταιρία NOTOS COM[579]. Και οι τρεις εταιρίες επικαλούνται ότι αποτελεί διακριτική μεταχείριση[580] εις βάρος των προϊόντων τους η χορήγηση μεγαλύτερης έκπτωσης ύψους 60% στα προϊόντα συγκεκριμένης εταιρίας διανομής-της ίδιας της NOTOS- και μόνο 50% στα προϊόντα των υπολοίπων εταιριών[581]. Επομένως, σε πολύ σύντομο χρονικό διάστημα

[576] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 192), (Η.1.2.6 Η θέση της CHRISTIAN DIOR), με αναφορά στην επιστολή υπ’ αριθμ. πρωτ. 4997/4.8.2006.

[577] Συν. ως στοιχείο 2ε στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM.

[578] Συν. ως στοιχείο 2γ στην υπ’ αριθμ. 1126 καταγγελία της NOTOS COM.

[579] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) επ. (Η.1.1.2 Έτος 2006)

[580] Βλέπε πχ σελ. 107 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, κατάθεση […], ο οποίος σε ερώτηση του Προέδρου της ΕΑ εάν θα μπορούσε η NOTOS να πουλάει εμπορεύματα τα οποία διαθέτει το κατάστημά της με μεγαλύτερες εκπτώσεις, απάντησε επί λέξει «Φυσικά θα μπορούσε, γιατί η τιμή ορίζεται απ’ τον λιανέμπορο. Αλλά όπως καταλαβαίνετε, σε ένα τόσο ανταγωνιστικό περιβάλλον η διαφοροποίηση των λιανικών τιμών ανάμεσα στις εταιρίες θα έλεγα είναι διακριτική μεταχείριση. Οδηγεί αναπόφευκτα τους πελάτες να κοιτάνε τη φθηνότερη λύση.». Βλέπε επίσης σελ. 83 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, την τοποθέτηση του συνηγόρου της CHRISTIAN DIOR, ο οποίος αναφέρει επί λέξει τα εξής: «Οι εκπτώσεις, λοιπόν, αυτές πρέπει να είναι επί ίσοις όροις για όλους. Δηλαδή, πρέπει να λέει 20% στα καλλυντικά, 15% στις κολόνιες. Πρέπει να είναι κατά κάποιο τρόπο ενιαία. Αφού δεν υπάρχει ειδική επιδότηση από τον χονδρέμπορο, πρέπει αυτή, για λόγους ανταγωνισμού και για λόγους ίσης μεταχείρισης να προσφέρουν την ίδια γκάμα εκπτώσεων σε όλους. Αυτό, λοιπόν, καθορίζει το θέμα.».

[581] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) β) (Η.1.1.2 Έτος 2006) για την ESTEE LAUDER: «…Τα δικά σας προϊόντα… διαθέτετε με έκπτωση 60% εκμεταλλευόμενη την «καθετοποίησή» σας, έκπτωση η οποία υπό συνθήκες κανονικού ανταγωνισμού θεωρείται ως πώληση κάτω του κόστους… Είναι ευνόητο ότι υπό το καθεστώς των εκπτώσεων 60% που εφαρμόζετε για τα δικά σας προϊόντα που αντιπροσωπεύετε, η διάθεση αισθητικών είναι αντικειμενικά απρόσφορη να συμβάλλει στη προώθηση των δικών μας προϊόντων τα προσφέρετε με σημαντικά κατώτερη έκπτωση…Η πρακτική της διακριτικής εκπτωτικής μεταχείρισης των προϊόντων μας με τα δικά σας επιλεκτικά προϊόντα μας προκαλεί τεράστια ζημία…». Είναι, επομένως, σαφής η βούληση της συγκεκριμένης εταιρίας για κατάργηση του ανταγωνισμού ως προς τις εκπτώσεις.

Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) δ) (Η.1.1.2 Έτος 2006) για την ΠΝΓ: «…η αφαίρεση των αισθητικών/πωλητριών μας από τα πολυκαταστήματα σας οφείλεται σε θέμα αρχής: δεν προτιθέμεθα να συμμετάσχουμε σε ένα περιβάλλον λιανεμπορίου με έντονα διαφοροποιημένους όρους ανταγωνισμού που επηρεάζουν τα μερίδια πωλήσεων. Πολλώ δε μάλλον όταν αυτό γίνεται εντελώς απροειδοποίητα με τρόπο αιφνιδιαστικό και αθέμιτο…». Είναι, επομένως, σαφής η βούληση της συγκεκριμένης εταιρίας για κατάργηση του ανταγωνισμού ως προς τις εκπτώσεις και για σταθεροποίηση των μεριδίων αγοράς της εκάστοτε εταιρίας διανομής.

Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) α) (Η.1.1.2 Έτος 2006) για την L’OREAL: «...Όμως πραγματοποιούσατε και πραγματοποιείται έκπτωση 60% μόνο στα προϊόντα του βασικού σας μετόχου, ενώ στα δικά μας προϊόντα επιχειρούσατε εκπτώσεις μέχρι 50%...Είμαστε υποχρεωμένοι να διαμαρτυρηθούμε για τον κανιβαλισμό των προϊόντων μας και τη διαφύλαξη προνομιακής μεταχείρισης υπέρ άλλων ανταγωνιστικών μας προϊόντων…Πρακτικές υπέρμετρων εκπτώσεων υποβιβάζουν τα προϊόντα σε προϊόντα καλαθιού…Είναι λοιπόν προφανές ότι δεν θα ήταν δυνατό όπως και σας διαμηνύσαμε να μην αντιδράσουμε στη βάναυση και παράνομη αντιμετώπιση των προϊόντων μας με το ηπιότερο σε πρώτη φάση μέτρο…σας δηλώνουμε ότι εάν δεν αποκαταστήσετε τη νομιμότητα και συγκεκριμένα να εφαρμόσετε άμεσα εκπτώσεις που να μη θίγουν το κύρος και τη φήμη των προϊόντων μας, δηλαδή συνολικώς και αδιακρίτως μέχρι 50%, θα λάβουμε σε βάρος σας κάθε νόμιμο μέτρο…». Είναι, επομένως, σαφής η βούληση και

(από 25.01.2006 έως και 06.02.2006), και οι πέντε εταιρίες χονδρικής εκδήλωσαν με σαφήνεια την απαίτησή τους για χορήγηση έκπτωσης έως 50% σε όλα τα προϊόντα, κατά τη συνήθη εμπορική πρακτική[582], κατά τα λεγόμενά τους, αντιδρώντας στη χορήγηση μεγαλύτερης έκπτωσης 60% στα προϊόντα συγκεκριμένης εταιρίας διανομής. Υπογραμμίζεται ότι, με βάση τους ισχυρισμούς των πέντε εταιριών χονδρικής, στη συνήθη εμπορική πρακτική συμμετείχε και η NOTOS. Η NOTOS αρνείται κάτι τέτοιο. Ωστόσο, η μόνη εξήγηση που μπορεί να δοθεί για την αποστολή τιμοκαταλόγων προς διαπραγματευτικά ισχυρούς[583] λιανέμπορους από τη NOTOS, καθώς και η εφαρμογή αυτών από τους λιανέμπορους (ακόμη και από τη ROGE[584]) σε επίπεδο καθορισμού τιμής ή εύρους τιμής μεταπώλησης είναι ότι και η NOTOS συμμετείχε στο καρτέλ των χονδρεμπόρων, με το οποίο οι λιανέμποροι δεν ήθελαν να συγκρουστούν.

341) Κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας ενώπιον της ΕΑ, μάρτυρες που εξετάστηκαν προέβαλαν το επιχείρημα ότι μία έκπτωση 60% θα υποβάθμιζε τα επίμαχα προϊόντα[585]. Η διαφοροποίηση της εταιρίας

της συγκεκριμένης εταιρίας για κατάργηση του ανταγωνισμού ως προς τις εκπτώσεις.

Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) γ) (Η.1.1.2 Έτος 2006) για την ΣΑΡΑΝΤΗΣ: «…τις αισθητικούς μας…ανακαλέσαμε απολύτως δικαιολογημένα για τους εξής λόγους: α. Διότι εσείς…παρείχατε υπό την ιδιότητα του λιανοπωλητή από τα καταστήματά σας έκπτωση 60% επί των καλλυντικών προϊόντων τα οποία αντιπροσωπεύετε ως εισαγωγείς-διανομείς στην Ελλάδα και μόνο 50% επί των καλλυντικών προϊόντων δικής μας διανομής…». Είναι, επομένως, σαφής η βούληση και της συγκεκριμένης εταιρίας για κατάργηση του ανταγωνισμού ως προς τις εκπτώσεις.

582 Κατά τη διάρκεια της ακρoματικής διαδικασίας ενώπιον της ΕΑ, από εξεταζόμενους μάρτυρες η «συνήθης εμπορική πρακτική» επιχειρήθηκε να προσαφθεί στους λιανεμπόρους. Βλέπε ενδεικτικά κατάθεση […], σελ. 109, από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, «Γινόντουσαν εκπτώσεις φυσικά, αλλά η αντιμετώπιση ήταν ίδια για όλες τις εταιρίες.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Η διαφωνία μας ήτανε ότι δεν μπορείς την ίδια στιγμή που έχεις 10 εταιρίες, μάλλον που έχεις τις δικές μας εταιρίες, να υπάρχει μια διακριτική μεταχείριση και να προσφέρεις στον τελικό καταναλωτή, που αν θέλετε μπαίνει στην ίδια σάλα, κάποια περισσότερα benefits το ένα πάνω στο άλλο.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Θεωρώ ότι είχε δικαίωμα να έχει οποιεσδήποτε λιανικές, οτιδήποτε εκπτώσεις θέλει. Αυτό που μας έβρισκε αντίθετους ή διαφωνούσαμε ήταν το γεγονός ότι δεν υπήρχε, αν θέλετε, μια ίση αντιμετώπιση, ένα fair play ανάμεσα στους ανθρώπους που στηρίζαμε τα μαγαζιά όλο το χρόνο. Τίποτα άλλο.». Βλέπε επίσης, πολύ χαρακτηριστικά σελ. 22 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […] ο οποίος σε ερώτηση του Προέδρου της ΕΑ «αν ήταν ενιαίες οι εκπτώσεις […] όλο το προηγούμενο διάστημα, τα προηγούμενα χρόνια και τι ήταν», απαντά επί λέξει «Στις μάρκες ήτανε ίδιες.». Και όταν ο Πρόεδρος επανέρχεται ρωτώντας αυτόν αν θεωρεί αυτό το γεγονός συμπτωματικό, αυτός επί λέξει απαντά «Νομίζω ότι ήταν μία πρακτική των λιανεμπόρων, στην οποία εμείς δεν είχαμε άποψη, να το πω έτσι.».

583 Έτσι χαρακτηρίστηκαν οι λιανέμποροι καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας. Βλέπε, για παράδειγμα, σελ. 40 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, αγόρευση συνηγόρου L’ Oreal: «Πιστεύουμε ότι οι εταιρίες λιανικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής έχουν διαπραγματευτική δύναμη και αυτό αποδεικνύεται». Βλέπε σελ. 5 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […], «Και βέβαια να πω και ότι οι λιανέμποροι ήτανε πολύ δυνατοί σαν εταιρίες, όπως συμβαίνει σε πολλά κανάλια διανομής φυσικά. Είχαν πολύ μεγαλύτερη διαπραγματευτική δύναμη από μας.». Βλέπε σελ. 57 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, αγόρευση συνηγόρου L’ Oreal, «Ο μάρτυράς μας απέδειξε ενδελεχώς ότι οι εταιρίες λιανεμπορίου έχουν ισχυρότατη διαπραγματευτική δύναμη, διότι διαθέτουν ένα πολύ ευρύ χαρτοφυλάκιο, άρα δεν εξαρτώνται αποκλειστικά από τα καλλυντικά.».

584 Όπως έχει ήδη αναφερθεί, κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE (έγγραφο υπ’ αρ. 1 από τον έλεγχο της 5.7.2006 στην αίθουσα συνεδρίων στην ROGE) βρέθηκε έγγραφο, μη φέρον ημερομηνία, στο οποίο φαίνεται ο τρόπος καθορισμού του περιθωρίου κέρδους στα καλλυντικά προϊόντα επιλεκτικής διανομής, μέσα από τις συμφωνίες του ομίλου HONDOS CENTER με τους αντιπροσώπους/διανομείς ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM. Συγκεκριμένα, για τα προϊόντα που προμηθεύεται ο όμιλος HONDOS CENTER από την NOTOS COM, η λιανική τιμή υπολογίζεται ως η χονδρική τιμή προσαυξημένη προς 102,3% (Λ.Τ.=Χ.Τ.+102,3%) σε όλα τα καλλυντικά εκτός της CLARINS, ενώ η μεταξύ τους συμφωνία προβλέπει εκπτώσεις 8+5% επί τιμολογίου και 3% με πιστωτικά σημειώματα. Επιπλέον, βρέθηκε ακολουθία ηλεκτρονικών ταχυδρομείων κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, μεταξύ της […] (Brand Manager NOTOS Com Holdings) και της […] (ROGE), από το ηλεκτρονικό ταχυδρομείο της […], με ημερομηνία 1 και 2.3.2005 και θέμα το νέο τιμοκατάλογο που θα ισχύει από 1.4.2005 για τα προϊόντα KENZO - KENZOKI, ο οποίος αποστέλλεται συνημμένος. Μεταξύ άλλων στα εν λόγω ηλ. ταχυδρομεία αναγράφεται «….σε συνέχεια της τηλεφωνικής μας επικοινωνίας ….Παρακαλώ όπως μου το ξαναστείλετε ώστε να το προωθήσω στα κατ/τα». Ο συνημμένος τιμοκατάλογος έχει χονδρικές τιμές και προτεινόμενες λιανικές. Επίσης, εντοπίζεται ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από την […] (NOTOS COM) προς την […] (ROGE), με ημερομηνία 7.4.2005 και θέμα «Τιμοκατάλογος CHANEL 19% ΦΠΑ), στο οποίο αναγράφεται «σας αποστέλλω συνημμένα τιμοκατάλογο με τις νέες προτεινόμενες λιανικές τιμές για την μάρκα CHANEL». Επιπλέον, βρέθηκε ηλεκτρονικό ταχυδρομείο που λήφθηκε κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, από τον […] (NOTOS COM) προς την […] (ROGE), με ημερομηνία 9.6.2005 και θέμα «ανατίμηση SISLEY», στο οποίο αναγράφεται «επισυνάπτω τιμοκατάλογο με νέες τιμές των προϊόντων SISLEY. Η ανατίμηση είναι της τάξεως του 3%. Οι νέες τιμές θα ισχύσουν από Δευτέρα 11/07/2005.[….] σε παρακαλώ να ενημερώσεις όλα τα καταστήματα της αλυσίδας HONDOS CENTER.», όπου πισυνάπτεται τιμοκατάλογος προϊόντων της SISLEY Ιουλίου 2005 με στήλες Χ.Τ και Π.Λ.Τ.. Με ημερομηνία 2.3.2006 και θέμα «Fw: ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ - ΜΑΡΤΙΟΣ 2006 - YSL BEAUTE» προωθείται το ηλ/κό μήνυμα από τη […] (NOTOS COM) προς τη δ/νση hcgr@otenet.gr, στο οποίο αναγράφεται «Παρακαλώ βρείτε συνημμένα τις τιμές και τα barcodes των νέων προϊόντων της YSL BEAUTE για τον μήνα Μάρτιο. …» και επισυνάπτεται αρχείο excel με τίτλο ΝΕΑ ΠΡΟΙΟΝΤΑ – YSL BEAUTE - ΜΑΡΤΙΟΣ 2006.xls με όνομα στήλης πίνακα «Λ.Τ. EURO». Με ημερομηνία 8.3.2006 και θέμα «Fw: ΝΕΟΙ ΚΩΔΙΚΟΙ MUGLER & AZZARO» προωθείται το ηλ/μήνυμα από την […] (NOTOS COM) προς τη δ/νση hcgr@otenet.gr με το ίδιο θέμα, στο οποίο προωθημένο μήνυμα αναγράφεται: «[…], Θα ήθελα να σας ενημερώσω ότι στον οίκο Azzaro θα έχουμε νέα ανδρική σειρά – το Bright Visit - η οποία θα λανσαριστεί αρχές Απριλίου. Επισυνάπτονται τιμές κλπ. Στο Mugler…. Επισυνάπτονται τιμές και κωδικοί. …» Οι δύο επισυναπτόμενοι πίνακες αναγράφουν Προτεινόμενες λιανικές τιμές των προϊόντων.

585 Βλέπε πχ σελ. 24 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […], ο οποίος σε ερώτηση μέλους της ΕΑ εάν «η NOTOS κάνοντας μεγαλύτερη έκπτωση 60% υποβάθμιζε τα προϊόντα της;», απάντησε καταφατικά. Σημειωτέον ότι ο εν λόγω μάρτυρας εκπροσωπούσε τη L’Oreal.

NOTOS προκαλεί την άμεση και ισχυρή αντίδραση όλων ανεξαιρέτως των συγκεκριμένων εταιριών, η οποία αντίδραση είναι τόσο αποτελεσματική, ώστε οδήγησε τελικά στην επιβολή κυρώσεων στην προσωρινώς αποσκιρτήσασα «συνεργάτιδά» τους NOTOS, και ανάγκασε την τελευταία να αναθεωρήσει τάχιστα την εκπτωτική της πολιτική, και να συμμορφωθεί έτσι με τις «υποδείξεις»/απαιτήσεις των L’OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και CHRISTIAN DIOR. Με τον τρόπο αυτό, περιορίζεται και κατ’ αποτέλεσμα αναπόδραστα η ελευθερία της NOTOS, ως λιανοπωλητή (ως προς τον καθορισμό του ύψους των εκπτώσεων).

342) Κατά την ανταλλαγή εξώδικων δηλώσεων, έγινε αναφορά στην άσκηση αθέμιτου ανταγωνισμού από μέρους της NOTOS COM[586]. Επ’ αυτού σημειώνεται ότι η τιμολογιακή-εκπτωτική πολιτική της κάθε επιχείρησης λιανικής πώλησης καλλυντικών αποτελεί ζήτημα, που πρέπει να αποφασίζεται αυτόνομα από αυτή και στο οποίο δεν επιτρέπεται να επεμβαίνουν οι προμηθευτές της[587]. Εφόσον μία επιχείρηση κρίνει ότι υφίσταται παράβαση των διατάξεων περί αθέμιτου ανταγωνισμού μπορεί να προσφύγει στα πολιτικά δικαστήρια (για παράβαση του ν. 146/1914 περί αθέμιτου ανταγωνισμού). Άλλωστε, ακόμα και εάν έχουν διαπιστωθεί πρακτικές πώλησης του σχετικού προϊόντος κάτω του μέσου πραγματικού κόστους, συμφωνίες μεταξύ ανταγωνιστών για τον καθορισμό της τιμής του συγκεκριμένου προϊόντος δεν μπορούν να γίνουν αποδεκτές. Διαφορετικά, θα ενθαρρύνονταν οι επιχειρήσεις να προβαίνουν σε αυτορρύθμιση και να αποφασίζουν μόνες τους την καταστολή ενεργειών[588] και να συνάπτουν μεταξύ άλλων και συμφωνίες, που περιλαμβάνουν ιδιαίτερα σοβαρούς περιορισμούς του ανταγωνισμού[589]. Άλλωστε, όπως έχει γίνει δεκτό, η απαγόρευση τέλεσης πράξεων αθέμιτου ανταγωνισμού ουδόλως μπορεί να ερμηνευθεί ως επιβάλλουσα στις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις τη σύναψη συμφωνιών με αντικείμενο τον καθορισμό των εφαρμοστέων τιμών-εκπτώσεων[590]. Σε κάθε περίπτωση, οι σχετικοί ισχυρισμοί - καταγγελίες πρέπει να τεκμηριώνονται με επαρκή στοιχεία. Τέλος, ακόμα και αν υποτεθεί ότι οι ισχυρισμοί αυτοί επαληθεύονταν στο μέλλον για τη συγκεκριμένη εταιρία, τούτο ουδόλως μπορεί να δικαιολογήσει τη διαμόρφωση σύμπραξης από όλες τις υπόλοιπες εταιρίες κατά της αύξησης της έκπτωσης σε 60% για τα προϊόντα της, στην οποία προέβη η NOTOS COM.

343) Προς αιτιολόγηση των πρακτικών τους, ως προς την απόσυρση των αισθητικών συμβούλων, οι εταιρίες χονδρικής επικαλούνται την αναμενόμενη μείωση της ζήτησης των προϊόντων λόγω της συμπεριφοράς της NOTOS ή την εκδήλωση διαμαρτυρίας τους για την αλλαγή της πολιτικής εκπτώσεων της NOTOS COM[591], που

[586] Ανωτέρω υπό παρ. 175) δ) (Η.1.1.2 Έτος 2006), 175) ε) (Η.1.1.2 Έτος 2006), 176)0 (Η.1.1.2 Έτος 2006). Το επιχείρημα αυτό προβλήθηκε και κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας από τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις.

[587] Βλ. ενδεικτικά μόνο Αποφάσεις ΔΕΚ 40/73 etc, ό.π., 172/80, ό.π., 89/85 etc, ό.π. και C-7/95 P, ό.π..

[588] Πρβλ. σε Απόφαση ΔΕφΑθ3807/2014,, ιδίως παρ. 13 και 16, όπου αναφέρεται: «Τέλος, το γεγονός της ύπαρξης κανονιστικού πλαισίου που διέπει την κυκλοφορία των απορρυπαντικών και καθιστά τις παράλληλες εισαγωγές πρακτικά δυσχερείς και ασύμφορες οικονομικά, δεν αποτελεί δικαιολογητικό λόγο απαλλαγής της για την επίδειξη της ανωτέρω αντιανταγωνιστικής συμπεριφοράς, με την υιοθέτηση του επίμαχου όρου στις συμβάσεις με τα σούπερ μάρκετ».

[589] Βλ. σχετικά Ανακοίνωση της Επιτροπής, ΕΕ 2004, C 101, σ.97, παρ. 47. Απόφαση Επιτροπής 86/596/ΕΟΚ, Meldoc, ΕΕ 1986, L 348, σ. 50, σκ. 69.

[590] Βλ. T-66/99, Minoan κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σελ. II-5515, σκ.194.

[591] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) ε) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου η CHRISTIAN DIOR αναφέρεται στους λόγους για τους οποίους απέσυρε τις αισθητικές συμβούλους της. Συγκεκριμένα αναφέρει ότι: «Είναι λοιπόν προφανές από τα παραπάνω, ότι η αποχώρησή μας δεν ήταν ούτε αντισυμβατική, ούτε αναιτιολόγητη, ούτε παράνομη, αλλά έγινε σε ένδειξη διαμαρτυρίας κατά της αιφνιδιαστικής αλλαγής της πολιτικής των εκπτώσεων που ίσχυε αδιακρίτως όλα τα χρόνια της συνεργασίας μας με την εταιρία σας και την οποία προσπαθήσατε ανεπιτυχώς να μας επιβάλλετε με την παράνομη και καταχρηστική συμπεριφορά σας».

Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) α) (Η.1.1.2 Έτος 2006), 182) (Η.1.2.2. Η θέση της L’OREAL), όπου για να δικαιολογήσει τη (μερική) απόσυρση αισθητικών συμβούλων, η L’OREAL επικαλείται την προσφορά μεγαλύτερης έκπτωσης στα προϊόντα της NOTOS σε σχέση με τα δικά της προϊόντα, ενώ προθυμοποιήθηκε να επιστρέψει τις αισθητικές συμβούλους, μόνο υπό την προϋπόθεση άρσης της διακριτικής μεταχείρισης σε βάρος της. Στην προκειμένη περίπτωση θα μπορούσε να πει κανείς, ότι η L’OREAL, θέτοντας το συγκεκριμένο όρο, κατ’ ουσίαν δίνει την εντύπωση ότι στην πραγματικότητα πιέζει με έναν εύσχημο και έξυπνο τρόπο τη NOTOS COM, χωρίς όμως να φαίνεται ότι την τιμωρεί με μορφή αντιποίνων.

Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) β) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου η ESTEE LAUDER αιτιολογεί την απόσυρση των αισθητικών της συμβούλων από τη NOTOS COM σημειώνοντας ότι εναπόκειται στη διακριτική της ευχέρεια, χωρίς να υπάρχει συγκεκριμένη συμβατική υποχρέωση διάθεσής τους στα καταστήματα λιανικής. Επιπλέον, συμπληρώνει ότι η τοποθέτηση των αισθητικών γίνεται με ορθολογικά κριτήρια (π.χ. αναμενόμενη ζήτηση των προϊόντων, οι συνθήκες της αγοράς, οι όροι συνεργασίας με κάθε κατάστημα, κ.α.) και καθώς η NOTOS COM χορηγεί μεγαλύτερες εκπτώσεις στα δικά της προϊόντα, η ESTEE LAUDER θεωρεί ότι η ύπαρξη αισθητικών συμβούλων επιτελεί μόνο διακοσμητική λειτουργία. Αναφορικά με τον ανωτέρω ισχυρισμό, εκτιμάται ότι η αναμενόμενη τυχόν μείωση των πωλήσεων δε μπορεί να δικαιολογήσει την ολική απόσυρση των αισθητικών συμβούλων, παρά μόνο ίσως την μερική τους, καθώς ακόμα κι αν η παροχή αισθητικών συμβούλων αποτελεί διακριτική ευχέρεια του προμηθευτή, εντούτοις συνιστά μία πάγια πρακτική στην εν λόγω αγορά που δικαιολογείται από τα χαρακτηριστικά αυτής. Αντίθετα, η ολική απόσυρση κατατείνει στο συμπέρασμα ότι είναι κατά βάση τιμωρητική κι ότι στην πραγματικότητα πρόκειται για αντίποινα.

Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) γ), (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου η ΣΑΡΑΝΤΗΣ αιτιολογεί την ανάκληση των αισθητικών της συμβούλων από τη NOTOS COM, λόγω της παροχής μεγαλύτερης έκπτωσης στα προϊόντα εισαγωγής της NOTOS COM, στρέφοντας το καταναλωτικό κοινό στα προϊόντα της και λόγω της παροχής περιορισμένου χώρου πωλήσεων. Αναφορικά με τον ανωτέρω ισχυρισμό, εκτιμάται ότι η υποθετική μείωση των πωλήσεων δεν δικαιολογεί την ολική απόσυρση των αισθητικών συμβούλων, κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων του 2006, παρά μόνο ίσως την μερική τους. Η ολική απόσυρση κατατείνει στο συμπέρασμα ότι είναι κατά βάση τιμωρητική κι ότι στην πραγματικότητα πρόκειται για αντίποινα.

Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 175) δ) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου η ΠΝΓ αιτιολογεί την ανάκληση των αισθητικών της συμβούλων από τη NOTOS COM σύμφωνα με την αρχή ότι δεν προτίθεται να συμμε-

όμως εκτιμάται ότι δεν συνιστά επαρκή εξήγηση[592] και σίγουρα πάντως δεν εξηγεί τον σχεδόν απόλυτο από πλευράς χρονικού σημείου συντονισμό των εν λόγω επιχειρήσεων αναφορικά με τη συγκεκριμένη απόφασή τους, εν τοις πράγμασι κοινή, η οποία μάλιστα δεν έμεινε στα λόγια, αλλά εφαρμόστηκε άμεσα και χωρίς χρονοτριβή, σε συνδυασμό με τη μη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων προς τη NOTOS.

344) Η σημασία δε της ύπαρξης των αισθητικών συμβούλων στα καταστήματα όχι μόνο κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων, αλλά και κατά τη διάρκεια της κανονικής περιόδου αναδείχτηκε από μάρτυρες κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας. Συγκεκριμένα, στην κατάθεσή του[593] ο μάρτυρας της ESTEE LAUDER […] επισημαίνει «[θ]α θεωρούσα ότι το κόστος των αισθητικών είναι μεγαλύτερο από το κόστος διαφήμισης.»[594]. Επίσης, στην κατάθεσή της[595] η […], υπεύθυνη αισθητικών της L’ OREAL ήδη κατά την επίμαχη χρονική περίοδο, αναφέρει ότι «Η αισθητική σύμβουλος πρώτα απ’ όλα είναι ο εκφραστής της κάθε μάρκας, είτε έχουμε πληθώρα καταναλωτών και μας περιμένουν να τους εξυπηρετήσουμε, είτε όχι. Έχουνε μία πολύ ξεκάθαρη τεχνογνωσία γύρω απ’ τα προϊόντα που θα συμβουλέψουν, γιατί όταν υπάρχει έκπτωση ο καταναλωτής έρχεται, ζητάει ένα προϊόν, δύο προϊόντα, τις ανάγκες του, δεν ξέρω, αλλά παρόλο τον πολύ κόσμο, εμείς καλούμαστε να προχωρήσουμε και να καλύψουμε και άλλες ανάγκες μη εκφρασμένες αρχικά. Είναι σημαντική, λοιπόν, η παρουσία της για τους λόγους των γνώσεων που έχει, είναι μία εξειδικευμένη πωλήτρια, να το πούμε πιο απλά, η αισθητικός, και βεβαίως και η ίδια περιμένει την περίοδο των εκπτώσεων για να πιάσει τους στόχους της και να βγάλει το μπόνους της». Μάλιστα, η συγκεκριμένη μάρτυρας, η οποία εξακολουθεί μέχρι και την ημερομηνία κατάθεσής της στην ΕΑ να είναι υπεύθυνη καλλυντικών της L’ OREAL κι επομένως έχει ιδιαίτερα μεγάλη εμπειρία στο συγκεκριμένο εμπορικό κομμάτι, αποσαφηνίζει ότι την ημέρα που έφυγαν οι αισθητικοί από τη NOTOS «πήγανε σπίτι τους»[596] και όχι σε καταστήματα άλλων διανομέων, όπου θα είχαν περισσότερη δουλειά, όπως διατείνονταν οι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις. Διευκρίνισε δε η συγκεκριμένη μάρτυρας ότι για να πάνε αλλού οι αισθητικοί θα έπρεπε να έχουν καταθέσει στην Επιθεώρηση Εργασίας εκ νέου άλλο πρόγραμμα, «το οποίο όμως πρόγραμμα ανανεωνόταν ανά τρίμηνο»[597]. Αναφορικά με τη συγκεκριμένη θέση της ως άνω μάρτυρος, ο […] επιχείρησε να την αντικρούσει στη διάρκεια της ακροαματικής λέγοντας δύο φορές ότι «δεν ισχύει αυτό. Δεν το θυμάται καλά η μάρτυς», ισχυριζόμενος ότι «με μία ανακοίνωση την ίδια μέρα που στείλαμε στην Επιθεώρηση Εργασίας μπορούσαμε να μετακινήσουμε τις κοπέλες μας»[598]. Επειδή, ωστόσο, καμία τέτοια ανακοίνωση δεν προσκομίστηκε στη διάρκεια της ακροαματικής ούτε στο συμπληρωματικό υπόμνημα από κάποια έστω εκ των εμπλεκομένων εταιριών, εκτιμάται ότι αυτό το επιχείρημα στην πραγματικότητα είναι θεωρητικό μόνο και εν τοις πράγμασι δεν ισχύει. Άλλωστε, η χρήση του ρήματος «μπορούσαμε» αντί του ρήματος «μπορέσαμε» επιρρωνύει αυτό το σκεπτικό.

345) Με βάση την ανωτέρω ανάλυση, εκτιμάται ότι η υπό εξέταση συμφωνία δεν θα μπορούσε να είναι περιστασιακή. Σύμφωνα με τα ανωτέρω περιγραφόμενα, στο περιεχόμενο των επίμαχων εξωδίκων, υπάρχει ρητή και αβίαστη αναφορά των εταιριών στα «συμφωνηθέντα» ανάμεσα σε όλες τις εμπλεκόμενες εταιρίες, στην «αυθαίρετη αλλαγή πολιτικής εκπτώσεων», στη «συμπεριφορά αντίθετη σε κάθε έως σήμερα συμφωνία»[599], υποδηλώνοντας μάλιστα με τον τρόπο αυτό ότι - εκτός των άλλων - πρόκειται για μία πρακτική που έχει με σαφήνεια προηγούμενο χρονικό βάθος και υποδηλώνει με απόλυτη καθαρότητα ότι η από κοινού άσκηση εμπορικής/επιχειρηματικής πολιτικής στο τομέα των εκπτώσεων χονδρικής (πρακτική που επιδρά και στο εύρος της λιανικής πώλησης) από τις έξι εμπλεκόμενες εταιρίες ήταν δεδομένη, μέχρι τη στιγμή που η NOTOS COM έσπασε το καρτέλ των 6.

346) Στην ίδια κατεύθυνση, αποδεικνύεται και η επιβολή κυρώσεων λόγω μη τήρησης της συγκεκριμένης συμφωνίας εκ μέρους του συγκεκριμένου λιανοπωλητή

τέχει σε ένα περιβάλλον λιανεμπορίου με έντονα διαφοροποιημένους όρους ανταγωνισμού, που επηρεάζουν τα μερίδια πωλήσεων. Αναφορικά με τον ανωτέρω ισχυρισμό, εκτιμάται ότι η επιθυμία μιας επιχείρησης για την ανυπαρξία κανόνων ανταγωνισμού και τη διατήρηση των μεριδίων αγοράς των επιχειρήσεων του κλάδου, δεν μπορεί να θεωρηθεί ως δικαιολογία για την απόσυρση των αισθητικών της συμβούλων από μια επιχείρηση λιανικής πώλησης που επιδιώκει την ενίσχυση του ανταγωνιστικού κλίματος ανάμεσα στις εταιρίες του κλάδου.

Βλ. παρ. 175) ε) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου η CHRISTIAN DIOR δικαιολογεί την ολική απόσυρση των αισθητικών συμβούλων στην αντισυμβατική και αθέμιτη συμπεριφορά της NOTOS COM, με τη χορήγηση μεγαλύτερου ποσοστού εκπτώσεων στα προϊόντα που διανέμει η ίδια. Και σε αυτήν την περίπτωση η επιδίωξη μιας επιχείρησης να ενισχύσει τους όρους ανταγωνισμού στη σχετική αγορά με την παροχή μεγαλύτερων εκπτώσεων δεν μπορεί να θεωρηθεί ως δικαιολογία για την απόσυρση των αισθητικών της συμβούλων της CHRISTIAN DIOR.

[592] Ό.π.

[593] Βλέπε σελ. 129 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016.

[594] Ο ίδιος μάρτυρας όμως πέφτει σε αντιφάσεις, καθώς νωρίτερα [σελ. 122 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016] έχει επιχειρήσει να υποβαθμίσει το ρόλο των αισθητικών κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων, αναφέροντας χαρακτηριστικά, «Τη συγκεκριμένη περίοδο, γι’ αυτό είπα και προηγουμένως ότι ο ρόλος της αισθητικού μειώνεται την περίοδο των εκπτώσεων και γίνεται από σύμβουλος ομορφιάς μεταφορέας προϊόντων απ’ τον πάγκο της στο ταμείο. Τη μεταφορά των προϊόντων θα μπορούσε να την κάνει ο οποιοσδήποτε από τους υπαλλήλους του ΝΟΤΟΥ ή από τις κοπέλες ακόμη και των αλλονών μπραντών που υπήρχαν εκεί πέρα.»

[595] Βλέπε σελ. 34 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016.

[596] Βλέπε σελ. 33 και 40 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016.

[597] Βλέπε σελ. 40 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016.

[598] Βλέπε σελ. 45 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016.

[599] Ανωτέρω υπό παρ.319) (Θ.3.6.1. Συμφωνίες με οριζόντια χαρακτηριστικά), παρ. 335)0 (Θ.4.2.2. Υπαγωγή(εταιρίες χονδρικής πώλησης) και σχετικές υποσημειώσεις.

(NOTOS COM)[600]. Πιο συγκεκριμένα, οι εταιρίες χονδρικής αφενός δεν χορήγησαν πιστωτικά σημειώματα[601] κι αφετέρου προχώρησαν στην απόσυρση των αισθητικών τους συμβούλων από τη NOTOS COM[602], αντιδρώντας στην παροχή μεγαλύτερης έκπτωσης (60%) στα προϊόντα δικής της διανομής, σε σχέση με την παροχή της έκπτωσης 50% που είχε συμφωνηθεί. Ενδεικτικά, η L’OREAL δηλώνει ότι οδηγήθηκε στη μερική απόσυρση των αισθητικών της συμβούλων, λόγω της δυσμενούς μεταχείρισης των προϊόντων της, σύμφωνα με την ίδια, αναφερόμενη προφανώς στην μεγαλύτερη παροχή έκπτωσης κατά τη λιανική πώληση από μέρους της NOTOS COM στα προϊόντα εισαγωγής της τελευταίας[603]. Για τον ίδιο λόγο, δηλώνει ότι ανακάλεσε τις αισθητικές συμβούλους και η ΣΑΡΑΝΤΗΣ[604].

347) Ωστόσο, με βάση και την ανάλυση που προηγήθηκε, καμία από τις ανωτέρω αιτιολογικές βάσεις[605], που επικαλούνται τα εμπλεκόμενα μέρη, δεν κρίνεται πειστική ώστε να αιτιολογήσει επαρκώς την πρακτική των εμπλεκομένων εταιριών, στο πλαίσιο της θεωρίας, της νομολογίας, αλλά και της κοινής λογικής.

Θ.4.2.3. Κάθετη έκφανση οριζόντιας συμφωνίας

348) Στην παρούσα ενότητα, εξετάζεται αναλυτικά ο περιορισμός του ανταγωνισμού που προκύπτει από την εφαρμογή της υπό εξέταση οριζόντιας συμφωνίας, όπως αυτή αξιολογείται ανωτέρω[606], όπως αυτή εκδηλώνεται στην κάθετη έκφανσή της. Με αυτόν τον τρόπο, επιδιώκεται η παρουσίαση των αποτελεσμάτων της οριζόντιας συμφωνίας ανάμεσα στις έξι εταιρίες χονδρικής πώλησης, που συνίσταντο στον περιορισμό του ανταγωνισμού.

Θ.4.2.3.1. Καθορισμός εκπτώσεων από τις εταιρίες χονδρικής στη NOTOS COM

349) Η υπό εξέταση οριζόντια συμφωνία εφαρμόστηκε ως ακολούθως, ανά εταιρία χονδρικής με τη NOTOS COM, με την ιδιότητα της τελευταίας ως λιανοπωλητή.

350) Στο πλαίσιο της επικοινωνίας (εξώδικες απαντήσεις, αλληλογραφία), της εταιρίας L’OREAL προς τη NOTOS COM, η πρώτη εμφατικά απαίτησε να αποκατασταθεί το κύρος των προϊόντων της με την πραγματοποίηση εκπτώσεων μέχρι 50% συνολικά σε όλα τα προϊόντα[607], ενώ ταυτόχρονα δήλωνε ότι θα διαθέσει τις αισθητικούς που απασχολούσε στη NOTOS COM σε άλλα καταστήματα[608]. Προς απάντηση, η NOTOS COM αναφέρει ότι κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006 διατηρήθηκε ποσοστό συνολικής έκπτωσης 60% σε γκάμα προϊόντων της NOTOS COM για 4 ημέρες (23.01.2006 – 26.01.2006), πριν η εταιρία υποκύψει στην δια της ανακλήσεως των αισθητικών συμβούλων πίεση και επαναφέρει τη συνολική έκπτωση στο επίπεδο

[600] Ανωτέρω υπό παρ. 319), παρ. 323) (Θ.3.6.1. Συμφωνίες με οριζόντια χαρακτηριστικά) και σχετικές υποσημειώσεις. Βλ. ανωτέρω ιδίως υπό παρ. 300) - 301) (Θ.3.2.2. Γενικά), με παραπομπή σε σχετική νομολογία. Υπενθυμίζεται ότι ενδείξεις για την κοινή βούληση των μερών μπορούν να συναχθούν εμμέσως από την παράλληλη συμπεριφορά των ενεχομένων επιχειρήσεων, αν από τις εξηγήσεις που παρέχουν δεν αποδεικνύεται άλλη εύλογη ερμηνεία αυτής της συμπεριφοράς, όπως επίσης από εγγραφές και στοιχεία από εμπορικά ή φορολογικά βιβλία, εσωτερικά έγγραφα, ανακοινώσεις, αλληλογραφία, ακόμα δε και από μονομερείς δηλώσεις ή ανακοινώσεις μιας επιχείρησης, εφόσον αυτή δεν αποστασιοποιήθηκε ρητά (βλ. ΔΕφΑΘ 3807/2014, σκ. 3). Υπογραμμίζεται ότι ακόμα και εσωτερικά σημειώματα ή χειρόγραφες σημειώσεις θεωρούνται επαρκή αποδεικτικά στοιχεία μίας (παράνομης) συμφωνίας παρά το γεγονός ότι αυτά ενοχοποιούν και άλλες επιχειρήσεις.

[601] Σημειωτέον ότι κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας από πλευράς ESTEE LAUDER (βλ. σελ. 31 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016), ειπώθηκε ότι τα πιστωτικά σημειώματα εκείνη την περίοδο δεν αποτελούσαν μέρος της εμπορικής της πολιτικής. Από τα στοιχεία του φακέλου πάντως προκύπτει ότι η ESTEE LAUDER εφήρμοζε την πολιτική της χορήγησης πιστωτικών σημειωμάτων. Υπό αυτή την εκδοχή εξηγείται γιατί η NOTOS COM απέστειλε και στην ESTEE LAUDER την εξώδικη όχληση που απέστειλε και στις υπόλοιπες 4 εταιρίες. Πέραν τούτου, αναφορά στο ζήτημα των εκπτωτικών σημειωμάτων κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας έγινε μόνο από τη NOTOS COM (βλ. πχ σελ. 56, 62, 67 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, αναφορά συνηγόρου, καθώς και κατάθεση Β. Στεργίου) και την CHRISTIAN DIOR. Η τελευταία ισχυρίστηκε ότι τα πιστωτικά σημειώματα δεν αποτελούσαν μέρος της εμπορικής της πολιτικής, το οποίο η ΕΑ κάνει δεκτό μόνο για την CHRISTIAN DIOR, καθώς επιβεβαιώνεται και από τα στοιχεία του φακέλου.

[602] Ανωτέρω υπό παρ.176) 0 γ) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[603] Ανωτέρω υπό παρ. 175) α) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[604] Ανωτέρω υπό παρ. 175) γ) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[605] Ανωτέρω υπό παρ. 339), 341).

[606] Ανωτέρω υπό παρ. 319)- 325) (Θ.3.4.1. Συμφωνίες με οριζόντια χαρακτηριστικά), 0- 346) (Θ.4.2.2. Υπαγωγή (εταιρίες χονδρικής πώλησης).

[607] Ανωτέρω υπό παρ. 175) α) (Η.1.1.2 Έτος 2006), σύμφωνα με την από 24.01.2006 εξώδικη δήλωση, όπου ότι η L’OREAL δήλωσε ότι η NOTOS COM επιχείρησε να εξασφαλίσει αθέμιτο εμπορικό πλεονέκτημα υπέρ των προϊόντων που διανέμει εις βάρος ανταγωνιστικών προϊόντων, μεταξύ των οποίων και της L’OREAL… πραγματοποιώντας έκπτωση της τάξεως του 60% μόνο στα δικά της προϊόντα παρέχοντας στα υπόλοιπα έκπτωση ύψους 50%. Καταλήγει δε ότι: «…εάν δεν αποκαταστήσετε το κύρος και τη φήμη των προϊόντων μας, δηλαδή συνολικώς και αδιακρίτως μέχρι 50% θα λάβουμε σε βάρος σας κάθε νόμιμο μέτρο προς προάσπιση των πολλαπλώς απειλούμενων συμφερόντων μας».

Ανωτέρω υπό παρ. 199) (Η.1.3.1 Ενέργειες εξομάλυνσης σχέσεων μεταξύ NOTOS COM., L’OREAL και ESTEE LAUDER κατά το 2006), όπου υπήρξε αντίστοιχη αναφορά με την ανωτέρω (στην από 19.6.2006 επιστολή του […] προς τη NOTOS COM και την από 13.7.06 εξώδική απάντησή της L’OREAL προς την NOTOS COM), εξακολουθώντας να ομιλεί περί δυσμενούς διακριτικής μεταχείρισης των προϊόντων της, η ομαλοποίηση των σχέσεων των δύο εταιριών συνδέεται με την υπόσχεση ότι, εφόσον τα προϊόντα της L’OREAL θα τυγχάνουν ισότιμης και ανάλογης προβολής σε σχέση με τα προϊόντα ανταγωνισμού και εφόσον τηρηθούν οι προφορικές δεσμεύσεις ότι δεν θα επαναληφθούν στο μέλλον πρακτικές διακριτικής και βλαπτικής αντιμετώπισης των προϊόντων αυτών, η εταιρία θα τοποθετήσει στα καταστήματα NOTOS COM επιπλέον αισθητικούς, ενώ η οικονομική συμμετοχή της L’OREAL στις χορηγούμενες εκπτώσεις (συμμετοχή της στο κόστος των προωθητικών ενεργειών) δείχνει να έχει συμφωνηθεί.

[608] Ανωτέρω υπό παρ. 175) α) (Η.1.1.2 Έτος 2006), σύμφωνα με την από 26.01.2006 εξώδικη απάντηση της L’ OREAL προς την NOTOS COM, η πρώτη δηλώνει ότι θα διαθέσει αισθητικούς που απασχολούσε στα καταστήματα της NOTOS COM τουλάχιστον κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων σε άλλα καταστήματα ή να λάβει κάποιο πρόσθετο μέτρο με την επιφύλαξη να προσδώσει μονιμότερο χαρακτήρα στην απόφασή της αυτή ανάλογα με την στάση της NOTOS COM.

του 50%[609]. Εκ των ανωτέρω, συνάγεται ότι η εταιρία L’ OREAL εκδηλώνει την βούλησή της για την τήρηση από μέρους της NOTOS COM ανώτατου ποσοστού έκπτωσης 50% κατά τη διάρκεια των εκπτώσεων και μάλιστα όχι μόνο επί των δικών της προϊόντων, αλλά και επί των ανταγωνιστικών, που πωλούνται μέσω της NOTOS COM. Ταυτόχρονα, συνδέει το ύψος των εκπτώσεων στα δικά της προϊόντα με το ύψος των εκπτώσεων στα ανταγωνιστικά προϊόντα εκφράζοντας τη βούλησή της για μη διακριτική μεταχείριση μεταξύ των προϊόντων ως προς το ύψος των εκπτώσεων. Η NOTOS COM, παρά τις αρχικές διαμαρτυρίες και αντιδράσεις που καταγράφονται στα σχετικά εξώδικά της, τελικά συμμορφώνεται και επαναφέρει την έκπτωση στα επίπεδα του 50% και στα δικά της προϊόντα (και προφανώς διατηρεί το ίδιο ποσοστό και στα προϊόντα της L’OREAL). Συνεπώς, υφίσταται συμφωνία, η οποία περιορίζει τον ανταγωνισμό, ως προς τον καθορισμό εκπτώσεων μεταξύ της L’OREAL και της NOTOS COM, η οποία συνιστά κάθετη έκφανση (λόγω της διττής ιδιότητας της NOTOS COM, ως χονδρεμπόρου και λιανοπωλητή ταυτόχρονα) της προηγηθείσας οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης μεταξύ των προμηθευτριών εταιριών L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS COM, την οποία η NOTOS COM επιχείρησε να «σπάσει» με τον καθορισμό για τα δικά της προϊόντα ποσοστού 60%, αντί του συμφωνηθέντος 50%.

351) Στο πλαίσιο της επικοινωνίας (εξώδικες δηλώσεις, αλληλογραφία), της ESTEE LAUDER προς τη NOTOS COM ήδη από το 2003, αναφέρεται ως λόγος απόσυρσης των αισθητικών συμβούλων το γεγονός ότι η NOTOS COM προέβη σε έκπτωση 50% σε όλα τα προϊόντα πλην των προϊόντων της ESTEE LAUDER[610], κατηγορώντας την για πωλήσεις κάτω του κόστους[611] και για διακριτική μεταχείριση[612], ισχυρισμοί οι οποίοι επαναλαμβάνονται εμφατικά από την ESTEE LAUDER.

352) Επίσης, στο από 14.03.2006 εξώδικό της η ESTEE LAUDER αναφέρει στη NOTOS ότι «Ως εκ τούτου δεν τίθεται πλέον θέμα να συνεχίσουμε να σας παραχωρούμε αισθητικούς ή να προβαίνουμε σε άλλα μέτρα προώθησης των προϊόντων μας, όταν εσείς με τη συμπεριφορά σας τα υποβιβάζετε στην αγορά. Επίσης αναμένουμε εκ μέρους απτά δείγματα καλής θελήσεως που να μας εξασφαλίζουν στο μέλλον από τους κινδύνους που δημιουργούνται όταν τα προϊόντα μας διανέμονται από μία καθετοποιημένη επιχείρηση, η οποία ευνοεί απροκάλυπτα τη λιανική πώληση των δικών της προϊόντων, που εισάγει και διανέμει ως χονδρέμπορος.». Η NOTOS COM αναφέρει ότι κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006 διατηρήθηκε ποσοστό συνολικής έκπτωσης 60% σε γκάμα προϊόντων της NOTOS COM για 4 ημέρες (23.01.2006 – 26.01.2006), πριν η εταιρία υποκύψει στην δια της ανακλήσεως των αισθητικών συμβούλων πίεση και επαναφέρει τη συνολική έκπτωση στο επίπεδο του 50%[613]. Στην ίδια κατεύθυνση, η ESTEE LAUDER, leader στη σχετική αγορά, δηλώνει ότι η συνεργασία της με τη NOTOS COM (τη δεύτερη, δηλαδή, σε μερίδιο στη σχετική αγορά) ομαλοποιήθηκε από τον Οκτώβριο του 2006 όταν έλαβε διαβεβαιώσεις ότι «πολιτικές και γεγονότα όπως αυτά που συνέβησαν τον Ιανουάριο του 2006, δεν θα επαναληφθούν»[614]. Από τα ανωτέρω, συνάγεται ότι η ESTEE LAUDER για σημαντικό χρονικό διάστημα συνδέει το ύψος των εκπτώσεων στα δικά της προϊόντα με το ύψος των εκπτώσεων στα ανταγωνιστικά προϊόντα εκφράζοντας τη βούλησή της για μη διακριτική μεταχείριση μεταξύ των προϊόντων ως προς το ύψος των εκπτώσεων. Η NOTOS COM, παρά τις αρχικές διαμαρτυρίες και αντιδράσεις που καταγράφονται στα σχετικά εξώδικά της, τελικά συμμορφώνεται και επαναφέρει την έκπτωση στα επίπεδα του 50% και στα δικά της προϊόντα και στα προϊόντα της ESTEE LAUDER. Ταυτόχρονα, οι αισθητικοί σύμβουλοι επέστρεψαν κατόπιν διαβεβαιώσεων ότι φαινόμενα διακριτικής μεταχείρισης επί του ύψους των εκπτώσεων μεταξύ ανταγωνιστικών προϊόντων δεν θα επαναληφθούν. Συνεπώς, και σε αυτή την περίπτωση υφίσταται συμφωνία, η οποία περιορίζει τον ανταγωνισμό, ως προς τον καθορισμό εκπτώσεων μεταξύ της ESTEE LAUDER και της NOTOS COM, η οποία συνιστά κάθετη έκφανση (λόγω της διττής ιδιότητας της NOTOS COM, ως χονδρεμπόρου και λιανοπωλητή ταυτόχρονα) της προηγηθείσας οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης μεταξύ των προμηθευτριών εταιριών L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS COM, την οποία η NOTOS COM επιχείρησε να «σπάσει» με τον καθορισμό για τα δικά της προϊόντα ποσοστού 60%, αντί του συμφωνηθέντος 50%.

353) Στο πλαίσιο της επικοινωνίας (εξώδικες δηλώσεις, αλληλογραφία), της εταιρίας ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς τη NOTOS COM, αναφέρεται ως λόγος απόσυρσης των αισθητικών συμβούλων το γεγονός ότι η NOTOS COM προέβη σε έκπτωση 50% σε όλα τα προϊόντα πλην των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ[615]. Προς απάντηση, η NOTOS COM αναφέρει ότι κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006 διατηρήθηκε ποσοστό συνολικής έκπτωσης 60% σε γκάμα προϊόντων της NOTOS COM για 4 ημέρες (23.01 – 26.01) πριν η εταιρία υποκύψει στην δια της ανακλήσεως των αισθητικών συμβούλων πίεση και επαναφέρει τη συνολική έκπτωση στο επίπεδο του 50%[616]. Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι και η εταιρία ΣΑΡΑΝΤΗΣ συνδέει το ύψος των εκπτώσεων στα δικά της προϊόντα με το ύψος των εκπτώσεων στα ανταγωνιστικά προϊόντα εκφράζοντας τη βούλησή της για μη διακριτική μεταχείριση μεταξύ των προϊόντων ως προς το ύψος των εκπτώσεων. Η NOTOS COM, παρά τις αρχικές διαμαρτυρίες και αντιδράσεις που καταγράφονται στα σχετικά εξώδικά της, τελικά συμμορφώνεται και επαναφέρει την

[609] Ανωτέρω υπό παρ. 180) (Η.1.2.1. Η θέση της NOTOS COM).

[610] Ανωτέρω υπό παρ. 168) (Η.1.1.1 Έτος 2003), με αναφορά στην από 28.02.2003 εξώδική δήλωση της ESTEE προς τη NOTOS.

[611] Ανωτέρω υπό παρ. 178) β) (Η.1.1.2 Έτος 2006), όπου αναφέρεται η από 25.01.2006 εξώδική δήλωση της ESTEE LAUDER προς τη NOTOS COM, κατηγορώντας την τελευταία για διακριτική μεταχείριση, ενώ η έκπτωση 60% που δίδει στα προϊόντα δικής της διανομής θεωρείται εκ νέου εκ μέρους της έκπτωση κάτω του κόστους.

[612] Ανωτέρω υπό παρ. 175) β) (Η.1.1.2 Έτος 2006).

[613] Ανωτέρω υπό παρ. 180) (Η.1.2.1. Η θέση της NOTOS COM).

[614] Ανωτέρω υπό παρ. 185)(Η.1.2.3. Η θέση της ESTEE LAUDER).

[615] Ανωτέρω υπό παρ. 175) γ) (Η.1.1.2 Έτος 2006), με αναφορά στην από 25.01.2006 εξώδικη απάντηση της ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς τη NOTOS.

[616] Ανωτέρω υπό παρ. 180) (Η.1.2.1. Η θέση της NOTOS COM).

έκπτωση στα επίπεδα του 50% και στα δικά της προϊόντα και στα προϊόντα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ. Συνεπώς, υφίσταται συμφωνία, η οποία συνιστά κάθετη έκφανση (λόγω της διττής ιδιότητας της NOTOS COM, ως χονδρεμπόρου και λιανοπωλητή ταυτόχρονα) της προηγηθείσας οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης μεταξύ των προμηθευτριών εταιριών L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS COM, την οποία η NOTOS COM επιχείρησε να «σπάσει» με τον καθορισμό για τα δικά της προϊόντα ποσοστού 60%, αντί του συμφωνηθέντος 50%.

354) Στο πλαίσιο της επικοινωνίας (εξώδικες απαντήσεις, αλληλογραφία), της εταιρίας ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ προς τη NOTOS COM, αναφέρεται ως λόγος απόσυρσης των αισθητικών συμβούλων το γεγονός ότι η αιφνίδια διαφοροποίηση των όρων ανταγωνισμού[617], με την αθέμιτη και άνιση μεταχείριση των προϊόντων της εκ μέρους της NOTOS COM[618]. Προς απάντηση, η NOTOS COM αναφέρει ότι κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006 διατηρήθηκε ποσοστό συνολικής έκπτωσης 60% σε γκάμα προϊόντων της NOTOS COM για 4 ημέρες (23.01 – 26.01) πριν η εταιρία υποκύψει στην δια της ανακλήσεως των αισθητικών συμβούλων πίεση και επαναφέρει τη συνολική έκπτωση στο επίπεδο του 50%[619]. Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι η εταιρία ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ συνδέει το ύψος των εκπτώσεων στα δικά της προϊόντα με το ύψος των εκπτώσεων στα ανταγωνιστικά προϊόντα να εκφράζει τη βούλησή της για μη διακριτική μεταχείριση μεταξύ των προϊόντων ως προς το ύψος των εκπτώσεων. Η NOTOS COM, παρά τις αρχικές διαμαρτυρίες και αντιδράσεις που καταγράφονται στα σχετικά εξώδικά της, τελικά συμμορφώνεται και επαναφέρει την έκπτωση στα επίπεδα του 50% και στα δικά της προϊόντα και στα προϊόντα της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ. Συνεπώς, υφίσταται συμφωνία, η οποία περιορίζει τον ανταγωνισμό, ως προς τον καθορισμό εκπτώσεων μεταξύ της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ και της NOTOS COM, η οποία συνιστά κάθετη έκφανση (λόγω της διττής ιδιότητας της NOTOS COM, ως χονδρεμπόρου και λιανοπωλητή ταυτόχρονα) της προηγηθείσας οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης μεταξύ των προμηθευτριών εταιριών L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS COM, την οποία η NOTOS COM επιχείρησε να «σπάσει» με τον καθορισμό για τα δικά της προϊόντα ποσοστού 60%, αντί του συμφωνηθέντος 50%. Μάλιστα, η αναφορά της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ στο από 30 Ιανουαρίου 2006 εξώδικό της σε «θέμα αρχής» είναι εξόχως αποκαλυπτική: με την ανακοίνωσή της προς τη NOTOS COM ότι «δεν προτιθέμεθα να συμμετάσχουμε σε ένα περιβάλλον λιανεμπορίου με έντονα διαφοροποιημένους όρους ανταγωνισμού που επηρεάζουν τα μερίδια πωλήσεων», η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ ουσιαστικά υποδεικνύει ότι σκοπός του καρτέλ ήταν η διατήρηση σταθερών των μεριδίων αγοράς ανάμεσα στις 6 εμπλεκόμενες επιχειρήσεις χονδρικής, συμπεριλαμβανομένης δηλαδή και της δεύτερης τη τάξει NOTOS COM, οι οποίες 6 εμπλεκόμενες συνολικώς κάλυπταν από πλευράς μεριδίων αγοράς εν πολλοίς το 100% αυτής. Υπενθυμίζεται ότι η NOTOS ήταν η δεύτερη σε μέγεθος επιχείρηση και το συνολικό μερίδιο αγοράς των έξι εμπλεκομένων επιχειρήσεων κάλυπτε εν πολλοίς το 100% της σχετικής αγοράς καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής. Για το λόγο τούτο, ήταν κρίσιμη για τη σταθερότητα του καρτέλ η συμμετοχή σε αυτό και της δεύτερης σε μέγεθος NOTOS COM και αυτή ήταν η αιτία που υπήρξε τόσο σφοδρή και άμεση αντίδραση των υπολοίπων μελών του καρτέλ στην απόπειρά της να επιτύχει μεγαλύτερη έκπτωση για τα δικά της προϊόντα.

355) Στο πλαίσιο της επικοινωνίας (εξώδικες απαντήσεις, αλληλογραφία), της εταιρίας CHRISTIAN DIOR προς τη NOTOS COM, γίνεται ρητή αναφορά σε παράβαση των συμφωνηθέντων με την πώληση των προϊόντων της NOTOS με έκπτωση 60% αντί του 50% που είχε συμφωνηθεί[620]. Στη συνέχεια, εκ των υστέρων επιχειρήθηκε να διευκρινιστεί ότι η εν λόγω αναφορά δεν σήμαινε την ύπαρξη οποιασδήποτε συμφωνίας[621]. Ωστόσο, επρόκειτο για όψιμο ισχυρισμό ο οποίος αξιολογήθηκε ανωτέρω

[617] Ανωτέρω υπό παρ. 175) δ). (Η.1.1.2 Έτος 2006). Στην από 30.01.2006 εξώδική δήλωση της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ προς τη NOTOS COM, η πρώτη ενημερώνει ότι η απόσυρση των αισθητικών συμβούλων «οφείλεται σε θέμα αρχής: δεν προτιθέμεθα να συμμετάσχουμε σε ένα περιβάλλον λιανεμπορίου με έντονα διαφοροποιημένους όρους ανταγωνισμού που επηρεάζουν τα μερίδια πωλήσεων. Πολλώ δε μάλλον όταν αυτό γίνεται απροειδοποίητα με τρόπο αιφνιδιαστικό και αθέμιτο…».

[618] Ανωτέρω υπό παρ. 175) δ) (Η.1.1.2 Έτος 2006). Στην από 30.01.2006 εξώδική δήλωση της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ προς τη NOTOS COM αναφέρεται ότι παρόλο που η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ δεν είχε αρχικά την πρόθεση να μην υποστηρίξει με τη συνήθη ομάδα αισθητικών τα καταστήματα της NOTOS COM, η επιπλέον έκπτωση που χορήγησε η NOTOS COM στα καλλυντικά διανομής εξελήφθη ως «αθέμιτη και άνιση μεταχείριση» των προϊόντων της εταιρίας από τη NOTOS. Συνεχίζοντας, ισχυρίζεται ότι οι αισθητικοί σύμβουλοι επανήλθαν όταν σταμάτησε η σε βάρος των προϊόντων της εταιρίας άνιση διακριτική μεταχείριση και αποσύρθηκαν εκ νέου όταν η NOTOS COM προχώρησε σε αποστολή εξωδίκων και έως την διευθέτηση των μεταξύ τους εμπορικών διαφορών. Θεωρεί δε ότι τα προβλήματα συνεργασίας πρώτιστα οφείλονται στην προώθηση των προϊόντων διανομής της NOTOS COM σε βάρος των υπολοίπων (και των δικών της).

[619] Ανωτέρω υπό παρ. 180) (Η.1.2.1. Η θέση της NOTOS COM).

[620] Ανωτέρω υπό παρ. 175) ε) (Η.1.1.2 Έτος 2006). Στην από 6.2.2006 εξώδική δήλωση της CHRISTIAN DIOR προς τη NOTOS COM καταγράφονται τα εξής: «…κατά την πρώτη ημέρα των εκπτώσεων…διαπιστώσαμε ότι πωλούσατε τα προιόντα σας σε ποσοστό έκπτωσης που υπερέβαινε τα συμφωνηθέντα με την εταιρία μας αλλά και τις λοιπές εταιρίες, κατά των οποίων αναφέρεστε στα εξώδικά σας. Συγκεκριμένα, με έκπληξη διαπιστώσαμε ότι πουλούσατε τα δικά σας προϊόντα με έκπτωση 60% αντί του 50% που είχαμε συμφωνήσει ότι θα πωλούνταν όλα τα είδη αδιακρίτως, δηλαδή τόσο τα δικά σας όσο και τα δικά μας και των λοιπών εταιριών. Προβήκατε σε μία καθόλα πρωτοφανή αυθαίρετη…., προκειμένου να εξασφαλίσετε προνομιακή πώληση των δικών σας προϊόντων σε βάρος των δικών μας πωλούμενων προϊόντων…όλα τα προηγούμενα χρόνια της μεταξύ μας συνεργασίας ουδέποτε σε περίοδο εκπτώσεων υπήρξε διαφοροποίηση του ποσοστού έκπτωσης των δικών σας από τα προϊόντα των λοιπών εταιριών, πράγμα λογικό διότι μόνο έτσι εξασφαλίζεται η προστασία του υγιούς ανταγωνισμού…».

[621] Ανωτέρω υπό παρ. 192) (Η.1.2.6. Η θέση της CHRISTIAN DIOR), με αναφορά στην επιστολή υπ’ αριθμ. πρωτ. 4997/4.8.2006, όπου η εταιρία CHRISTIAN DIOR σε σχετική απάντησή της αναφορικά με την από 6.02.2006 εξώδική δήλωσή της αναφέρει: «θα θέλαμε να ζητήσουμε συγγνώμη…και θα θέλαμε να δηλώσουμε κατηγορηματικά ότι σε καμία περίπτωση δεν υπάρχει οποιαδήποτε συμφωνία ή επικοινωνία με άλλες εταιρίες/διανομείς σε σχέση με ποσοστά εκπτώσεων…».

ως μη αξιόπιστος[622]. Η CHRISTIAN DIOR αιτιολόγησε την απόσυρση των αισθητικών συμβούλων ως αποτέλεσμα της «αθέμιτης»[623] συμπεριφοράς της NOTOS COM[624]. Προς απάντηση, η NOTOS COM αναφέρει ότι κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006 διατηρήθηκε ποσοστό συνολικής έκπτωσης 60% σε γκάμα προϊόντων της NOTOS για 4 ημέρες (23.01 – 26.01), πριν η εταιρία τελικά υποκύψει στην δια της ανακλήσεως των αισθητικών συμβούλων πίεση που υπέστη (σε συνδυασμό με τη μη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων) κι επαναφέρει τη συνολική έκπτωση στο επίπεδο του 50%[625].

356) Από τα ανωτέρω συνάγεται ότι η εταιρία CHRISTIAN DIOR συνδέει το ύψος των εκπτώσεων στα δικά της προϊόντα με το ύψος των εκπτώσεων στα ανταγωνιστικά προϊόντα εκφράζοντας τη βούλησή της για μη διακριτική μεταχείριση μεταξύ των προϊόντων ως προς το ύψος των εκπτώσεων. Ακόμα μάλιστα και στην απάντηση που δίνει στο σχετικό ερωτηματολόγιο της ΓΔΑ, στο οποίο αρνείται την ύπαρξη συμφωνίας μεταξύ των εταιριών διανομής, εντούτοις δεν αρνείται ότι η βούλησή της ήταν να μην υπάρχει διαφοροποιημένη μεταχείριση ως προς το ύψος των εκπτώσεων της NOTOS COM μεταξύ των δικών της και των προϊόντων διανομής της NOTOS COM. Το ίδιο υποστήριξαν και οι εξετασθέντες μάρτυρες στη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας ενώπιον της ΕΑ[626]. Η NOTOS COM, παρά τις αρχικές διαμαρτυρίες και αντιδράσεις που καταγράφονται στα σχετικά εξώδικά της, τελικά συμμορφώνεται και επαναφέρει την έκπτωση στα επίπεδα του 50% και στα δικά της προϊόντα και στα προϊόντα της CHRISTIAN DIOR. Συνάγεται επομένως ότι και στη συγκεκριμένη περίπτωση, υφίσταται συμφωνία, η οποία περιορίζει τον ανταγωνισμό, ως προς τον καθορισμό εκπτώσεων μεταξύ της CHRISTIAN DIOR και της NOTOS COM, η οποία επίσης συνιστά κάθετη έκφανση (λόγω της διττής ιδιότητας της NOTOS COM, ως χονδρεμπόρου και λιανοπωλητή ταυτόχρονα) της προηγηθείσας οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης μεταξύ των προμηθευτριών εταιριών L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS COM, την οποία η NOTOS COM επιχείρησε να «σπάσει» με τον καθορισμό για τα δικά της προϊόντα ποσοστού 60%, αντί του συμφωνηθέντος 50%. Μάλιστα, η αναφορά της CHRISTIAN DIOR στο από 6 Φεβρουαρίου 2006 εξώδικό της είναι εξόχως αποκαλυπτική και για έναν ακόμη λόγο: με την δήλωσή της προς τη NOTOS COM ότι «η ζημιωτική εις βάρος μας συμπεριφορά σας, είναι συνολικά από όλες τις συνεργαζόμενες με εσάς εταιρείες αποδοκιμαστέα, διότι εκμεταλλευόμενη τη θέση σας, προσπαθήσατε παρανόμως να ενισχύσετε την πώληση των προϊόντων σας στην αγορά σε βάρος των δικών μας προϊόντων, προσφέροντας στο καταναλωτικό κοινό οικονομικά πλεονεκτήματα στα δικά σας προϊόντα (έκπτωση 60%) με σκοπό να τους αποτρέψετε να αγοράσουν τα δικά μας (με έκπτωση 50%) προϊόντα και να αποσπάσετε έτσι δολίως το καταναλωτικό κοινό», ουσιαστικά υποδεικνύει ότι σκοπός του καρτέλ ήταν η διατήρηση σταθερών των μεριδίων αγοράς ανάμεσα στις 6 εμπλεκόμενες επιχειρήσεις χονδρικής, συμπεριλαμβανομένης, δηλαδή, και της NOTOS COM. Για το λόγο τούτο επαναλαμβάνεται ότι ήταν κρίσιμη για τη σταθερότητα του καρτέλ η συμμετοχή σε αυτό και της δεύτερης σε μερίδιο NOTOS COM και έτσι εξηγείται η τόσο σφοδρή και άμεση αντίδραση των υπολοίπων μελών του καρτέλ στην απόπειρά της να επιτύχει μεγαλύτερη έκπτωση για τα δικά της προϊόντα.

357) Όπως ήδη αναφέρθηκε, από το εξώδικο ειδικά της CHRISTIAN DIOR καταδεικνύεται ότι επί χρόνια υφίστατο οριζοντίως συγκροτημένη και πιστά εφαρμοσθείσα πολιτική εκπτώσεων με κάθετη έκφανση (λόγω της διττής ιδιότητας της NOTOS COM, ως χονδρεμπόρου και λιανοπωλητή ταυτόχρονα) της προηγηθείσας οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης μεταξύ των προμηθευτριών εταιριών L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS COM, την οποία η NOTOS COM επιχείρησε να «σπάσει» με τον καθορισμό για τα δικά της προϊόντα ποσοστού 60%, αντί του συμφωνηθέντος 50%. Επιπροσθέτως, μία ακόμη κάθετη έκφανση της επί χρόνια ομολογούμενης οριζόντιας καρτελικής σύμπραξης των 6 εταιριών χονδρικής ήτοι των L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS COM, εκτιμάται ότι αποτελεί και η διαπίστωση καθορισμού τιμών από τις συγκεκριμένες έξι εταιρίες χονδρικής και σε άλλες εταιρίες λιανικής. Η συγκεκριμένη κάθετη έκφανση έχει ιδιαίτερη σημασία, καθώς στην πραγματικότητα καταδεικνύει εμμέσως τουλάχιστον και το χρονικό «βάθος» της καρτελικής σύμπραξης. Με βάση τα παραπάνω, ο συγκεκριμένος καθορισμός τιμών, που υπό άλλες συνθήκες θα ήταν δυνατό να αποτελέσει αντικείμενο αυτοτελών επιμέρους διάσπαρτων παραβάσεων, υπό το φως όμως των ανωτέρω στοιχείων και υπό το πρίσμα του ως άνω περιγραφέντος πλαισίου για την κάθετη έκφανση, ως προς τη σοβαρότητα της παράβασης καταδεικνύει ότι, όπως αναφέρθηκε ανωτέρω, ήδη για το έτος 2001 και μετά είχαν ανευρεθεί διάσπαρτα στοιχεία (ιδίως, αλλά όχι μόνο, αποσπασματικά ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων μεταξύ χονδρεμπόρων και διανομέων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής) που αποδείκνυαν μία σαφή μορφή επιβολής οριοθέτησης είτε τιμής είτε εύρους τιμής λιανικής πώλησης (προβαλλόμενης ενίοτε είτε ως συνιστώμενης ή προτεινόμενης είτε ως μέγιστης/ανώτατης[627],

[622] Ανωτέρω υπό παρ.319).

[623] Η συγκεκριμένη λέξη χρησιμοποιήθηκε από την CHRISTIAN DIOR.

[624] Ανωτέρω υπό παρ. 192) (Η.1.2.6. Η θέση της CHRISTIAN DIOR).

[625] Ανωτέρω υπό παρ. 180) (Η.1.2.1. Η θέση της NOTOS COM).

[626] Πολύ χαρακτηριστική ενδεικτικά η κατάθεση […], σελ. 109, από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, «Γινόντουσαν εκπτώσεις φυσικά, αλλά η αντιμετώπιση ήταν ίδια για όλες τις εταιρίες.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Η διαφωνία μας ήτανε ότι δεν μπορείς την ίδια στιγμή που έχεις 10 εταιρίες, μάλλον που έχεις τις δικές μας εταιρίες, να υπάρχει μια διακριτική μεταχείριση και να προσφέρεις στον τελικό καταναλωτή, που αν θέλετε μπαίνει στην ίδια σάλα, κάποια περισσότερα benefits το ένα πάνω στο άλλο.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Θεωρώ ότι είχε δικαίωμα να έχει οποιεσδήποτε λιανικές, οτιδήποτε εκπτώσεις θέλει. Αυτό που μας έβρισκε αντίθετους ή διαφωνούσαμε ήταν το γεγονός ότι δεν υπήρχε, αν θέλετε, μια ίση αντιμετώπιση, ένα fair play ανάμεσα στους ανθρώπους που στηρίζαμε τα μαγαζιά όλο το χρόνο. Τίποτα άλλο.».

[627] Βλέπε πχ την υπ’ αριθμ. 4892/3.8.2006 επιστολή, όπου ο […] (Γεν. Δ/ντής και Δ/νων Σύμβουλος της L’OREAL) σχετικά με τους τιμοκαταλόγους, δήλωσε ότι η εταιρία καθορίζει μόνο τη μέγιστη λιανική τιμή μεταπώλησης. Επίσης, δήλωσε ότι «η χονδρική τιμή

φαινομενικά όμως διότι de facto επρόκειτο για επιβαλλόμενη/καθοριζόμενη[628]) από την πλευρά των χονδρεμπόρων[629], η οποία επιβολή (έμμεση τουλάχιστον) με βάση το ατομικό μερίδιο εκάστου χονδρεμπόρου δεν μπορούσε να εξηγηθεί/αιτιολογηθεί με κανέναν άλλο τρόπο, παρά μόνο με βάση την ερμηνεία ότι αυτή η αποτελεσματική επιβολή οφειλόταν στην καρτελικού τύπου σύμπραξη που είχε προηγηθεί, λειτουργούσε και ήταν ήδη τότε σε ισχύ μεταξύ των εμπλεκομένων στην παρούσα υπόθεση χονδρεμπόρων αποτελώντας κάθετη έκφανση αυτής, σε αναπόσπαστη συνάρτηση με το γεγονός ότι οι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι (μολονότι έκαστος με μέτριο ή μικρό μερίδιο) όλοι πωλούσαν χονδρικώς πολύ ισχυρά σήματα, που ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι δεν θα έχει στα ράφια του, όπως επίσης ταυτόχρονα ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής - όσο ισχυρός

είναι η τιμή πώλησης τιμοκαταλόγου προς τους πελάτες μας. Η μέγιστη λιανική τιμή αφήνει σημαντικότατο περιθώριο και αποτελεί όριο προσδιορισμού, κατά την κρίση μας, του ύφους και του κύρους κάθε προϊόντος», όπως επίσης ότι «λόγοι διαφάνειας αλλά και επικοινωνίας της μέγιστης λιανικής τιμής επιβάλλουν την σύνταξη των τιμοκαταλόγων».

[628] Αποκαλυπτικά είναι τα σχέδια επιστολών ανευρεθέντα κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην CHRISTIAN DIOR - με διαφοροποίηση μεταξύ τους μόνο στο ποσοστό της επιπλέον έκπτωσης, βάσει των υπαρχουσών συμφωνιών (βλ. υπ’ αρ. 15-20 ληφθέντα έγγραφα κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […] στην CHRISTIAN DIOR) - χωρίς ημερομηνία, από την CHRISTIAN DIOR προς τα καταστήματα λιανικής GALLERIE, PATISTAS, SPRING TIME, ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΠΕΖΑΣ Ι.), με τα οποία ενημερώνονται τα εν λόγω καταστήματα για το νέο τιμοκατάλογο της CHRISTIAN DIOR, ομοίου περιεχομένου. Ειδικότερα, αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «…έχουμε μειώσει δραστικά τις τιμές 73 σημαντικών κωδικών […] Αντίστοιχα στις τιμές λιανικής οι μειώσεις φθάνουν έως 43%. Η εφαρμογή του τιμοκαταλόγου μας συνεπάγεται αύξηση του περιθωρίου κέρδους σας από το σημερινό 23,2% σε 39,02% για τους ανωτέρω 73 κωδικούς, ενώ για τους υπόλοιπους παραμένει το ίδιο. Οι 73 αυτοί κωδικοί αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο του 35% το συνολικού μας τζίρου οπότε και υπολογίζουμε μεσοσταθμικά την αύξηση του περιθωρίου σας βάσει του τιμοκαταλόγου κατά 6%.[…] Μέσα από αυτή τη διαδικασία επιτυγχάνουμε: 1. Εναρμόνιση των τιμών στο επιθυμητό ευρωπαϊκό επίπεδο. […]…».

Σε άλλη περίπτωση, λόγου χάριν, η […]– Διευθύντρια Αγορών της SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ (Απαντώντας σε ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της SEPHORA (Σχετική εντολή ελέγχου με α.π. 3943/4.7.2006), δήλωσε ότι «Σε γενικές γραμμές πάντως ακολουθούνται οι προτεινόμενες τιμές». Επίσης, ο […]- Διευθυντής Ανάπτυξης της εταιρίας GALERIE DE BEAUTE, κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο (βλ. ιδίως ερωτήσεις 3-9) δήλωσε ότι «ακολουθούμε τις προτεινόμενες τιμές, γιατί τις ακολουθεί ο ανταγωνισμός». Προς επίρρωση αυτής της θέσης, η […] (βοηθός λογιστή στην GALERIE DE BEAUTE) ως προς τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση καλλυντικών προϊόντων δήλωσε ότι αυτός «καθορίζεται από τις προμηθεύτριες εταιρείες. Καθορίζουν το κέρδος. Συνήθως 12% είναι το κέρδος του ομίλου Galerie de Beaute. Οι τιμοκατάλογοι έχουν προτεινόμενες τιμές τις οποίες η Galerie de Beaute ακολουθεί. Τις ακολουθεί και όλη η αγορά. Επί της προτεινόμενης τιμής αφαιρείται ένα 30% και προκύπτει η τελική τιμή του ραφιού». [Έμφαση δίδεται από την ΕΑ]. Επίσης, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ στην υπ’ αριθμ. 4805/28.7.06 επιστολή της αναφορικά με τη σκοπιμότητα ύπαρξης τιμοκαταλόγων με τιμές λιανικής σημειώνει χαρακτηριστικά ότι «Οι προτεινόμενες λιανικές τιμές και στη συνέχεια ο τιμοκατάλογος προτείνεται από τον ξένο οίκο και μάλιστα αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της Σύμβασης Διανομής που διέπει τη συνεργασία μεταξύ προμηθευτή και τοπικού διανομέα. Αυτό το σκέλος της σύμβασης είναι το λεγόμενο Price Structure, βάσει του οποίου καθορίζονται και οι τιμές στις οποίες ο τοπικός διανομέας πραγματοποιεί αγορές από τον ξένο οίκο». [Έμφαση δίδεται από την ΕΑ]. Επιπροσθέτως, ενδεικτική και χαρακτηριστική στην προκειμένη περίπτωση είναι η κατάθεση του […] (Μέλους Διοικητικού Συμβουλίου της ROGE), ο οποίος απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας αναφορικά με την εμπορική πολιτική των καταστημάτων υπό το σήμα HONDOS CENTER, δήλωσε ότι: […] «Οι τιμοκατάλογοι με προτεινόμενες τιμές αποστέλλονται από τους προμηθευτές σε όλα τα καταστήματα απευθείας (και του ομίλου και άλλων). Δεν είναι γνωστό ποιος είναι αρμόδιος για την κατάρτισή τους. Οι προτεινόμενες είναι ανώτατες τιμές. Οι τιμοκατάλογοι αποστέλλονται και στα γραφεία στην Ομήρου 4 για τήρηση αρχείου». Επίσης, αναφορικά με τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση προϊόντων, από τα καταστήματα του σήματος HONDOS CENTER ο […] δήλωσε ότι «Βάση αποτελούν οι τιμοκατάλογοι με τις προτεινόμενες τιμές. Οι τιμές αυτές προσαρμόζονται στον ανταγωνισμό. Το κάθε κατάστημα ξεχωριστά κάνει δειγματοληπτικούς ελέγχους στην περιοχή που δραστηριοποιείται. Γι’ αυτό το λόγο και οι τιμές διαφοροποιούνται από κατάστημα σε κατάστημα».

[629] Γεγονός το οποίο άλλωστε επιβεβαιώθηκε με απόλυτο τρόπο κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας. Βλ. ενδεικτικά σελ. 55 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, όπου αναφέρεται από τη συνήγορο της Estee Lauder το εξής: «Είναι πράγματι δεδομένο ότι η Estee Lauder έστελνε τιμοκαταλόγους. Αυτοί οι τιμοκατάλογοι ήταν διπλής λειτουργίας, είχαν δηλαδή και τιμές χονδρικής και κυρίως γι’ αυτό τους έστελνε, διότι επικοινωνούσε τις νέες τιμές χονδρικής και τις αναπροσαρμογές... μήσεις του τιμοκαταλόγου χονδρικής, είχε όμως και προτεινόμενες τιμές λιανικής. Γιατί; Διότι με βάση αυτή την προτεινόμενη τιμή λιανικής καθόριζε και τις παροχές της προς τον λιανέμπορο. Έδινε, δηλαδή, εκπτώσεις, ήταν ένα benchmark για να δίνει τις παροχές του λιανεμπορίου επί μίας ας πούμε ενδεικτικής προτεινόμενης τιμής.». Βλέπε επίσης ενδεικτικά σελ. 62 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, όπου αναφέρεται από το συνήγορο της Christian Dior το εξής: «Επίσης, άλλο θέμα, η εταιρία μας δεν έχει αποστείλει τιμοκαταλόγους με δεσμευτικές λιανικές τιμές πωλήσεως σε λιανεμπόρους. Αντιθέτως, ήταν προτεινόμενες τιμές και δεν χρειάζεται να επαναλάβουμε ότι οι προτεινόμενες τιμές, εφόσον πληρούν ορισμένα στοιχεία τα οποία πληρούνται στην περίπτωση αυτή, δεν συνιστούν οποιαδήποτε παράβαση του ανταγωνισμού. Αυτό που ανεβρέθη ως τους τιμοκαταλόγους, είναι ότι περιλάμβαναν και τιμές χονδρικής και προτεινόμενες τιμές λιανικής. Υπάρχει πολλές φορές και σε σχέση με τα στοιχεία αυτά μία παρερμηνεία ορισμένων εγγράφων και για τα οποία, για τα οποία εξάγονται συμπεράσματα διαφορετικά από αυτά που περιέχονται στα ίδια τα έγγραφα.».

Βλέπε επίσης και κατάθεση […], σελ. 109, από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, «Γινόντουσαν εκπτώσεις φυσικά, αλλά η αντιμετώπιση ήταν ίδια για όλες τις εταιρίες.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Η διαφωνία μας ήτανε ότι δεν μπορείς την ίδια στιγμή που έχεις 10 εταιρίες, μάλλον που έχεις τις δικές μας εταιρίες, να υπάρχει μια διακριτική μεταχείριση και να προσφέρεις στον τελικό καταναλωτή, που αν θέλετε μπαίνει στην ίδια σάλα, κάποια περισσότερα benefits το ένα πάνω στο άλλο.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Θεωρώ ότι είχε δικαίωμα να έχει οποιεσδήποτε λιανικές, οτιδήποτε εκπτώσεις θέλει. Αυτό που μας έβρισκε αντίθετους ή διαφωνούσαμε ήταν το γεγονός ότι δεν υπήρχε, αν θέλετε, μια ίση αντιμετώπιση, ένα fair play ανάμεσα στους ανθρώπους που στηρίζαμε τα μαγαζιά όλο το χρόνο. Τίποτα άλλο.».

και να ήταν - μπορούσε να διανοηθεί ότι θα «πάει κόντρα» στην καρτελικού τύπου σύμπραξη των συγκεκριμένων 6 χονδρεμπόρων αυτών των σημάτων ειδικά[630], οι οποίοι με τα μερίδια τους συνολικά κάλυπταν σχεδόν το 100% της σχετικής αγοράς. Συγκεκριμένα, παρατηρούνται τα αναφερόμενα στην αμέσως επόμενη υποενότητα.

Θ.4.2.3.2. Καθορισμός τιμών από τις εταιρίες χονδρικής σε εταιρίες λιανικής

358) Σύμφωνα με τα ανωτέρω παρατιθέμενα πραγματικά περιστατικά[631], κατά την έρευνα της ΓΔΑ, εντοπίστηκαν στοιχεία που καταδεικνύουν την επικοινωνία ανάμεσα σε εταιρίες χονδρικής και λιανικής, με κύριο αντικείμενο την τιμολογιακή τους πολιτική στα καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής στο πλαίσιο της κάθετης μεταξύ τους σχέσης.

359) Ως προς την εταιρία χονδρικής CHRISTIAN DIOR, εντοπίζονται στοιχεία αναφορικά με τον καθορισμό της λιανικής τιμής πώλησης και πιο συγκεκριμένα για τη μείωση των λιανικών τιμών, μετά από αντίστοιχη μείωση και των χονδρικών τιμών πώλησης (για το 2002)[632]. Από πίνακες με τους οποίους υπολογιζόταν αναλυτικά το περιθώριο κέρδους λιανεμπόρων (2001-2002)[633], προκύπτει ο σχεδιασμός των τρόπου υπολογισμού της λιανικής τιμής εκ μέρους της CHRISTIAN DIOR, κατά την μεταπώληση των προϊόντων της σε συγκεκριμένους λιανοπωλητές. Για το 2005, εντοπίστηκε τιμοκατάλογος με τελικές λιανικές τιμές[634]. Οι εκτιμήσεις της CHRISTIAN DIOR για τη μείωση των τιμών λιανικής, συνοδεύονται από την απροθυμία της να υποστηρίξει τον ανταγωνισμό στις τιμές λιανικής (2002)[635]. Προς επίρρωση των ανωτέρω, ανευρέθηκαν σχέδια επιστολών (χωρίς ημερομηνία και υπογραφή), που απευθύνονταν σε εταιρίες λιανικής πώλησης και στα οποία αποτυπώνεται η πρόθεση της CHRISTIAN DIOR για τον καθορισμό του περιθωρίου κέρδους των εν λόγω εταιριών, μέσω της εφαρμογής νέου τιμοκαταλόγου με μειωμένες τιμές λιανικής (2001)[636]. Επιπλέον, σε αλληλογραφία ανάμεσα στην εν λόγω εταιρία χονδρικής και αλυσίδα καταστημάτων λιανικής εντοπίζονται σαφείς αναφορές στην προσπάθεια να διατηρηθούν οι τιμές λιανικής πώλησης σε ενιαίο επίπεδο εκ μέρους όλων των εταιριών λιανικής (2003)[637]. Στις περιπτώσεις όπου η εν λόγω εταιρία λιανικής αναφέρεται σε προτεινόμενες λιανικές τιμές, αυτό γίνεται ρητά[638], σε αντιδιαστολή με τις ανωτέρω αναφορές σε τελικές τιμές λιανικής πώλησης.

360) Ως προς την εταιρία χονδρικής ΣΑΡΑΝΤΗΣ, γίνεται ρητή αναφορά στον καθορισμό του περιθωρίου κέρδους των εταιριών λιανικής πώλησης, με συγκεκριμένο υπολογισμό της λιανικής τιμής (2006)[639]. Ο καθορισμός λιανικών τιμών προκύπτει και από την επικοινωνία ανάμεσα στην εν λόγω εταιρία χονδρικής με λιανέμπορο, σύμφωνα με την οποία αποστέλλεται τιμοκατάλογος, όπου αναγράφεται «Νέα Τελική και Νέα Αναγραφόμενη Τιμή» (2005, 2006)[640]. Τέλος, προκύπτει ότι όπου η εν λόγω εταιρία χονδρικής αναφερόταν σε προτεινόμενες λιανικές τιμές ή χονδρικές τιμές «…αποστέλλεται επισυναπτόμενος ο τιμοκατάλογος του Μαρτίου 2004 μόνο με χονδρικές τιμές…»[641]), αυτό αποτυπωνόταν ξεκάθαρα, σε αντιδιαστολή με τις περιπτώσεις εκείνες που αυτή επέλεγε ρητή αναφορά στον καθορισμό λιανικών τιμών.

361) Ως προς την εταιρία χονδρικής ESTEE LAUDER, leader της σχετικής αγοράς[642], όπως παραδέχτηκε και η ίδια κατά την ακροαματική διαδικασία, εντοπίστηκαν έγγραφα με ρητή αναφορά στις τιμές χονδρικής και στις τελικές τιμές λιανικής για συγκεκριμένα προϊόντα (2003, 2004, 2005)[643]. Επίσης, εντοπίστηκε η αποστολή

[630] Βλέπε πολύ χαρακτηριστικά σελ. 22 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […], ο οποίος σε ερώτηση του Προέδρου της ΕΑ «αν ήταν ενιαίες οι εκπτώσεις […] όλο το προηγούμενο διάστημα, τα προηγούμενα χρόνια και τι ήταν», απαντά επί λέξει «Στις μάρκες ήτανε ίδιες.». Και όταν ο Πρόεδρος επανέρχεται ρωτώντας αυτόν αν θεωρεί αυτό το γεγονός συμπτωματικό, αυτός επί λέξει απαντά «Νομίζω ότι ήταν μία πρακτική των λιανεμπόρων, στην οποία εμείς δεν είχαμε άποψη, να το πω έτσι.».

[631] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 214) επ.(Η.2. Τιμολογιακή πολιτική εταιριών χονδρικής και λιανικής).

[632] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 239) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας).

[633] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 271) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθενται πίνακες της CHRISTIAN DIOR για τον τρόπο υπολογισμού του περιθωρίου κέρδους των λιανοπωλητών, με διαφορετικά σενάρια για το περιθώριο κέρδους, ανά λιανοπωλητή.

[634] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 270) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται τιμοκατάλογος της CHRISTIAN DIOR α) του Ιουνίου 2006 με προτεινόμενες λιανικές τιμές, β) του Ιουλίου 2005 με προτεινόμενες τιμές και τελικές τιμές.

[635] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 240) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), ως προς την καταγραφή βασικών σημείων που αφορούν την τυχόν εφαρμογή της προαναφερθείσας τιμολογιακής πολιτικής της CHRISTIAN DIOR του 2002.

[636] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 241) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου γίνεται αναφορά σε σχέδια επιστολών (πιθανή ημερομηνία σύνταξης αρχές Σεπτεμβρίου 2001) από την CHRISTIAN DIOR προς καταστήματα λιανικής, με τα οποία ενημερώνονται τα εν λόγω καταστήματα για το νέο τιμοκατάλογο της CHRISTIAN DIOR και το αντίστοιχο περιθώριο κέρδος των λιανοπωλητών.

[637] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 245) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας).

[638] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 270) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται τιμοκατάλογος της CHRISTIAN DIOR α) του Ιουνίου 2006 με προτεινόμενες λιανικές τιμές, β) του Ιουλίου 2005 με προτεινόμενες τιμές και τελικές τιμές, παρ. 272) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται επιστολή της ΑΤΤΙΚΑ ΠΟΛΥΚΑΤΑΣΤΗΜΑΤΑ Α.Ε.

[639] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 243) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου φαίνεται ο τρόπος καθορισμού του περιθωρίου κέρδους στα καλλυντικά προϊόντα επιλεκτικής διανομής, μέσα από τις συμφωνίες του ομίλου HONDOS CENTER με τους αντιπροσώπους/διανομείς ΣΑΡΑΝΤΗΣ, παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ.μήνυμα 1.3.2006).

[640] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 256), 261), 263), 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθενται ηλ. μηνύματα (5.4.2005, 5.9.2005, 21.9.2005) της ΣΑΡΑΝΤΗΣ προς λιανοπωλητή με τελικές τιμές πώλησης.

[641] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 248)247) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ακολουθία ηλ. μηνυμάτων (7.5.2004, 10.5.2004), όπου αποτυπώνεται ξεκάθαρα η αναφορά σε τιμές χονδρικής.

[642] Βλέπε πχ σελ. 52 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016.

[643] Βλ. ανωτέρω, παρ. 246) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται επιστολή της Sephora για τον καθορισμό

τιμοκαταλόγων σε λιανέμπορο με λιανικές τιμές συγκεκριμένων προϊόντων (2006)[644]. Πέρα από τον καθορισμό μέσω τιμοκαταλόγων, κατά το 2005, η εν λόγω εταιρία χονδρικής καλεί/παροτρύνει τις εταιρίες λιανικής να τροποποιήσουν τις τιμές στο ράφι («…να απομακρύνετε από τους πάγκους σας τα plexiglass τις παλιές τιμές. Θα σας στείλουμε την ερχόμενη εβδομάδα τα χαρτιά με τις ανανεωμένες»[645], η αποστολή τιμοκαταλόγου με νέα τελική τιμή σε λιανοπωλητή, συνοδεύεται από την παρότρυνση «… φροντίστε ώστε να αλλάξουν οι τιμές σε όλα τα καταστήματα…»[646]). Με αυτόν τρόπο, η εν λόγω εταιρία χονδρικής παρέχει συγκεκριμένες οδηγίες για την εφαρμογή των τιμών λιανικής, που η ίδια θέτει στους πελάτες/ λιανεμπόρους. Όπου η ESTEE LAUDER αναφερόταν σε χονδρικές τιμές ή προτεινόμενες λιανικές τιμές, αυτό διατυπώνεται ρητά[647], σε αντίθεση με τις ανωτέρω αναφορές, οι οποίες είναι σαφές ότι ξεκάθαρα στοχεύουν στον καθορισμό τελικών τιμών λιανικής πώλησης. Επιπλέον, το ενδεχόμενο αντεπιχείρημα ότι οι ανωτέρω αναφερόμενες τιμές λιανικής είναι προτεινόμενες, ακόμα κι αν αυτό δεν αναφέρεται ρητά, αντικρούεται σε βαθμό απόλυτο από το γεγονός ότι η θέσπιση αυστηρών χρονοδιαγραμμάτων για την εφαρμογή τιμοκαταλόγων λιανικής και η προσπάθεια τήρησής τους - με προστακτικό κι επιτακτικό τόνο μάλιστα - δεν συνάδει με τον χαρακτηρισμό τους ως προτεινόμενων, και οδηγούν τελικά αβίαστα στο συμπέρασμα ότι στην πραγματικότητα πρόκειται για καθορισμό τιμών κι όχι για προτεινόμενες τιμές.

362) Προς επίρρωση του παραπάνω σκεπτικού οδηγούν και τα ακόλουθα: Ως προς την εταιρία χονδρικής NOTOS COM, γίνεται ρητή αναφορά στον καθορισμό του περιθωρίου κέρδους των εταιριών λιανικής πώλησης, με συγκεκριμένο υπολογισμό της λιανικής τιμής (2001)[648]. Επίσης, εντοπίζονται έγγραφα, σύμφωνα με τα οποία επιδιώκεται ο καθορισμός της λιανικής τιμής συγκεκριμένων προϊόντων (2005-2006)[649]. Τέλος, προκύπτει ότι όπου η NOTOS COM αναφερόταν σε χονδρικές ή προτεινόμενες λιανικές τιμές, αυτό αποτυπωνόταν ξεκάθαρα (π.χ. «… Ο συνημμένος τιμοκατάλογος έχει χονδρικές τιμές και προτεινόμενες λιανικές…»[650], «… σας αποστέλλω συνημμένα τιμοκατάλογο με τις νέες προτεινόμενες λιανικές τιμές…»[651]), σε αντιδιαστολή με τις ανωτέρω ρητές αναφορές στον καθορισμό λιανικών τιμών. Σημειωτέον ότι η NOTOS είναι σε μέγεθος, μετά την ESTEE LAUDER, η δεύτερη με το μεγαλύτερο μερίδιο αγοράς στην αγορά των καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής.

363) Ως προς την εταιρία χονδρικής L’OREAL, το 2006, εντοπίστηκε τιμοκατάλογος με ρητή αναφορά στην τιμή ραφιού («shelf price»[652]), όπως και σχετική ηλεκτρονική αλληλογραφία προς λιανοπωλητές. Ωστόσο, ανάλογη αλληλογραφία εντοπίζεται και σε προγενέστερο χρόνο[653]. Αντίθετα, σε άλλες περιπτώσεις, όπου δεν επιδιώκεται ο καθορισμός τελικής τιμής λιανικής, υπάρχει ρητή πρόβλεψη για την ελευθερία του λιανοπωλητή ως προς τον καθορισμό της[654].

364) Αναφορικά με την ΠΝΓ, σημειώνεται ότι από την ηλεκτρονική αλληλογραφία ανάμεσα στην ΠΝΓ και λιανέμπορο, προκύπτει η επιδίωξη του καθορισμού του περιθωρίου κέρδους του λιανεμπόρου και των τελικών λιανικών τιμών (2006)[655]. Επίσης, προκύπτει ότι όπου η ΠΝΓ αναφέρονταν σε προτεινόμενες λιανικές τιμές, αυτό αποτυπωνόταν επί των τιμοκαταλόγων (π.χ. «…προτεινόμενη τιμή ραφιού…»[656]), σε αντιδιαστολή με τη ρητή αναφορά στον καθορισμό λιανικών τιμών, που παρατίθεται στη συνέχεια. Με την αποστολή τιμοκαταλόγων σε λιανέμπορο, αποδεικνύεται ότι η εν λόγω επιχείρηση χονδρικής καθόριζε στην πραγματικότητα την τελική

χονδρικής και λιανικής τιμής εκ μέρους του προμηθευτή, παρ. 251) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται εσωτερική επιστολή της ESTEE LAUDER της 21.3.2005, για την ενημέρωση των λιανεμπόρων για τελικές λιανικές τιμές).

[644] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθενται ηλ. μηνύματα 2.1.2006 και 7.2.2006).

[645] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 252) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ. μήνυμα 31.3.2005, το οποίο προωθήκε την 1.4.2005 προς καταστήματα λιανικής (ενδεικτικά Βαρνακιώτης στην Πάτρα), με περιεχόμενο την αποστολή τιμοκαταλόγων, με στόχο την εναρμόνιση των τιμών, με ταυτόχρονη παραίνεση για απομάκρυνση των παλιών τιμών από του πάγκους πώλησης.

[646] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 254) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου αποτυπώνεται ηλ. μήνυμα της 1.4.2005, σύμφωνα με το οποίο ζητείται από καταστήματα λιανικής (HONDOS CENTER) να αλλάξουν οι τιμές εντός λίγων ημερών (ως τις 4.4.2005), αποστέλλοντα το νέο τιμοκατάλογο με τελική λιανική τιμή.

[647] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 253) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου η ESTEE LAUDER αναφερεται σε προτεινόμενες τελικές λιανικές τιμές.

[648] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 243). (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου φαίνεται ο τρόπος καθορισμού του περιθωρίου κέρδους του λιανοπωλητή μέσα από τις συμφωνίες με τη NOTOS COM.

[649] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθενται ηλ. μηνύματα 24.11.2005 και 2.3.2006.

[650] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 251) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθενται ηλ. μηνύματα.1 & 2.3.2005.

[651] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 258) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ. μήνυμα 7.4.2005, παρ. 273), (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθενται ηλ. μηνύματα 11.1.2006 και 8.3.2006.

[652] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 363) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας).

[653] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ. μήνυμα 25.10.2005. Ειδικότερα, με ημερομηνία 25.10.2005 και θέμα «Fw: ΝΕΑ L’OREAL» προωθείται το από 24.10.2005 ηλ/ μήνυμα από τη διεύθυνση sales@gr.loreal.com προς τη δ/νση hcgr@otenet.gr με το ίδιο θέμα, στο οποίο επισυνάπτεται πίνακας με 5 κωδικούς προϊόντων και δύο στήλες αυτού με τίτλο «ΤΙΜΗ ΤΙΜ/ΓΟΥ» και «ΤΙΜΗ ΡΑΦΙΟΥ».

[654] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 268), (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται απόσπασμα επιστολής της ATTIKA προς τη L’ OREAL, της 3.7.2006, παρ. 269) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου περιγράφονται τιμοκατάλογοι 2006 με προτεινόμενες λιανικές τιμές.

[655] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 273) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ. μήνυμα 11.1.2006.

[656] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 244) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται τηλεομοιοτυπία 8.9.2003, με αναφορά σε προτεινόμενη τιμή ραφιού, παρ. 257) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ. μήνυμα 6.4.2005, με αναφορά σε προτεινόμενη τελική λιανική και προτεινόμενη αναγραφόμενη τιμή, παρ. 259) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ. μήνυμα 19.4.2005, με αναφορά σε προτεινόμενες λιανικές (τελικές και αναγραφόμενες τιμές).

λιανική τιμής («…αποστέλλω συνημμένα τιμοκατάλογο με προτεινόμενη τελική λιανική και προτεινόμενη αναγραφόμενη…»)[657].

Θ.4.2.5. Συμπέρασμα

365) Κατά συνέπεια, στην υπό εξέταση υπόθεση στοιχειοθετείται κατά πλειοψηφία παράνομη οριζόντια σύμπραξη μεταξύ των εταιριών ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και, κατά τη γνώμη που επικράτησε στην Επιτροπή και ως προς τη NOTOS COM για τον εξ αντικειμένου περιορισμό του ανταγωνισμού που ασκείται μεταξύ των πελατών τους - λιανοπωλητών ως προς την διαμόρφωση του ύψους των εκπτώσεων. Συνάγεται επίσης ότι στη συγκεκριμένη περίπτωση, κατά την ίδια πλειοψηφήσασα γνώμη, υφίσταται συμφωνία, η οποία περιορίζει τον ανταγωνισμό, ως προς τον καθορισμό εκπτώσεων μεταξύ των έξι ως άνω εταιριών χονδρικής πώλησης, η οποία συνιστά κάθετη έκφανση (λόγω της διττής ιδιότητας της NOTOS COM, ως χονδρεμπόρου και λιανοπωλητή ταυτόχρονα) της προηγηθείσας οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης μεταξύ των προμηθευτριών εταιριών L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, CHRISTIAN DIOR και NOTOS COM, την οποία η NOTOS COM, ήτοι η δεύτερη σε μέγεθος εταιρία σε μερίδιο αγοράς στη σχετική αγορά προϊόντος, επιχείρησε να «σπάσει» με τον καθορισμό για τα δικά της προϊόντα ποσοστού 60%, αντί του συμφωνηθέντος 50%. Το γεγονός ότι η πίεση που άσκησαν σε βάρος της NOTOS COM τα λοιπά μέρη της σύμπραξης (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ) μέσω της αποστολής εξώδικων δηλώσεων και των πραγματοποιηθέντων αντιποίνων αφενός με την απόσυρση των αισθητικών συμβούλων κι αφετέρου με τη μη χορήγηση πιστωτικών σημειώματων προκύπτει με ασφάλεια, κατά την πλειοψηφίσασα κατά τα ανωτέρω γνώμη, ότι είχε αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα στην πράξη και οδήγησε στην υπαναχώρηση τελικά της NOTOS COM και τη «συμμόρφωση» αυτής, με την επανένταξή της στην αντι-ανταγωνιστική συμφωνία. Ως εκ τούτου, συνάγεται με βεβαιότητα ότι η υπό εξέταση οριζόντια συμφωνία πέραν από τον per se εξ αντικειμένου παραβατικό της χαρακτήρα είχε αναπτύξει σοβαρά αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα και στην πράξη, τα οποία με την υπαναχώρηση της NOTOS COM τεκμαίρεται ότι επήλθαν. Ενισχυτικά προς το συμπέρασμα της επέλευσης των αντι-ανταγωνιστικών αποτελεσμάτων από την επί χρόνια εφαρμοσθείσα (καθ’ ομολογίαν της CHRISTIAN DIOR) παράνομη οριζόντια σύμπραξη μεταξύ των εταιριών ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM εκτιμάται ότι λειτουργεί και το διαπιστωμένο γεγονός πως όλες οι εμπλεκόμενες εταιρίες χονδρικής επιχειρούσαν την επικοινωνία με εταιρίες λιανικής πώλησης, προκειμένου να τους γνωστοποιήσουν καταλόγους με λιανικές τιμές, τους οποίους καλούνταν οι τελευταίες να εφαρμόζουν, πράγμα το οποίο εν πολλοίς τελικώς επιτύγχαναν (οι εταιρίες χονδρικής), όπως αποδείχτηκε και κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας.

[657] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 257) (Η.2.3. Ευρήματα έρευνας της Υπηρεσίας), όπου παρατίθεται ηλ. μήνυμα 6.4.2005.

366) Σε κάθε περίπτωση, το αντεπιχείρημα ότι οι ανωτέρω αναφερόμενες τιμές λιανικής είναι προτεινόμενες αντικρούεται από το γεγονός ότι η θέσπιση αυστηρών χρονοδιαγραμμάτων για την εφαρμογή τιμοκαταλόγων λιανικής και η προσπάθεια τήρησής τους με προστακτικό και επιτακτικό τόνο μάλιστα, δεν συνάδει με το χαρακτηρισμό τους ως προτεινόμενων, και οδηγεί τελικά στο συμπέρασμα ότι στην πραγματικότητα πρόκειται για καθορισμό τιμών ή εύρους τιμών λιανικής από το ανωτέρω μπλοκ των έξι εταιριών χονδρικής και όχι για προτεινόμενες τιμές[658].

367) Τόσο στα σχετικά υπομνήματα[659], όσο και κατά τη διάρκεια της ακροαματικής[660], αναφορικά με την κάθετη έκφανση προβλήθηκε ως επιχείρημα από τις εμπλεκόμενες εταιρίες πως ο καθορισμός ανώτατων ή προτεινόμενων τιμών μεταπώλησης δεν δημιουργεί πρόβλημα στον ελεύθερο ανταγωνισμό. Υπογραμμίζεται, ωστόσο, ότι ο πιθανός κίνδυνος για τον ανταγωνισμό των μέγιστων και συνιστώμενων τιμών είναι ότι λειτουργούν ως εστιακό σημείο (focal point) για τους μεταπωλητές και ενδεχομένως εφαρμόζονται από τους περισσότερους ή και από όλους τους μεταπωλητές ή και ότι οι μέγιστες ή συνιστώμενες τιμές μπορεί να αμβλύνουν τον ανταγωνισμό ή να διευκολύνουν την αθέμιτη σύμπραξη μεταξύ των προμηθευτών. Αυτό αναφέρεται στις κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς[661], πράγμα το οποίο ακριβώς καταδεικνύεται ότι συμβαίνει στην εξεταζόμενη περίπτωση και για το λόγο τούτο εκλαμβάνεται κατά την απόφαση ως αντιανταγωνιστικό αποτέλεσμα.

368) Αυτό δε το απευκταίο αποτέλεσμα εννοείται ότι επιτείνεται στις περιπτώσεις εκείνες που ο καθορισμός ανώτατων ή συνιστώμενων τιμών δεν λειτουργεί για μικρό χρονικό διάστημα, αλλά εφαρμόζεται για μεγαλύτερο χρονικό διάστημα, με σαφή σταθερότητα και συστηματικότητα, κάτι το οποίο εκτιμάται ότι επίσης συμβαίνει και αποδεικνύεται στην εξεταζόμενη περίπτωση. Σημαντικός παράγων για την αξιολόγηση των πιθανών αποτελεσμάτων που αντιβαίνουν στον ανταγωνισμό από τις μέγιστες ή συνιστώμενες τιμές μεταπώλησης είναι η θέση του προμηθευτή στην αγορά. Όσο ισχυρότερη είναι η θέση του τελευταίου στην αγορά ή του μπλοκ προμηθευτών που τις απαιτούν (όπως ακριβώς συμβαίνει στην εξεταζόμενη περίπτωση), τόσο μεγαλύτερος είναι ο κίνδυνος μία μέγιστη ή μία συνιστώμενη τιμή μεταπώλησης να οδηγήσει σε κατά το μάλλον ή ήττον ομοιόμορφη εφαρμογή αυτού του επιπέδου τιμών από τους μεταπωλητές, διότι αυτήν είναι πιθανόν να χρησιμοποιήσουν ως σημείο εστίασης. Οι μεταπωλητές ενδέχεται να δυσκολεύονται να αποκλίνουν από τις προτεινόμενες τιμές μεταπώλησης, εφόσον θεωρούν ότι είναι αυτές που προτιμά είτε ένας ιδιαίτερα ισχυρός προμηθευτής είτε

[658] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 359) - 364).

[659] Βλ. υπομνήματα NOTOS (αρ. πρωτ. 566/8.11.2016), ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ (568/8.11.2016), PCD HELLAS (569/8.11.2016 και 360/8.3.2017), LÓREAL (570/8.11.2016 και 359/8.3.2017), ESTEE LAUDER (573/8.11.2016) καθώς και προσθήκες NOTOS COM (616/18.11.2016) και PCD HELLAS (619/18.11.2016).

[660] Βλ. αποσπάσματα από τα πρακτικά της 93ης και 101ης Συνεδρίασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού με ημερομηνίες 28.11.2016 και 6.12.2016 αντίστοιχα.

[661] Βλέπε παρ. 227 των Κατευθυντήριων.

ένα ισχυρό μπλοκ προμηθευτών, όπως ακριβώς συμβαίνει στην προκειμένη περίπτωση[662]. Αυτή η δυσκολία επιβεβαιώνεται με βάση τα στοιχεία του φακέλου και στην εξεταζόμενη περίπτωση, κατά την οποία μάλιστα, όπως ήδη τονίστηκε, ο ισχυρός προμηθευτής δεν είναι μόνο ένας, αλλά οι έξι (κατά τη μειοψηφίσασα γνώμη οι 5), συνολικά εμπλεκόμενοι, οι οποίοι εμπορεύονται χονδρικώς πολύ ισχυρά σήματα που κάθε λιανέμπορος λογικό είναι να επιθυμεί να έχει προς διάθεση στα ράφια των καταστημάτων του, δεδομένου μάλιστα ότι το σύνολο των μεριδίων των 6, κατά την πλειοψηφίσασα γνώμη, εμπλεκομένων καλύπτει εν πολλοίς το 100% της σχετικής αγοράς.

369) Επιπροσθέτως, επισημαίνονται και τα εξής: Είναι προφανές ότι ο καθορισμός έκπτωσης μεταξύ ανταγωνιστών σε επίπεδο χονδρικής είναι σε θέση να επηρεάσει την προτεινόμενη λιανική τιμή. Η τιμή που θέτουν οι επιχειρήσεις χονδρέμποροι στην αγορά της προηγούμενης οικονομικής βαθμίδας, όπως στην εξεταζόμενη περίπτωση είναι η αγορά της χονδρικής, θεωρείται ως μία ενδιάμεση τιμή στο κάθετο σύστημα τιμολόγησης. Έτσι, αναπόφευκτα, όποια απόφαση επί της τιμής λάβουν οι χονδρέμποροι επηρεάζει σε μεγάλο βαθμό την τελική τιμή που βλέπουν οι καταναλωτές. Προφανώς, όταν οι χονδρέμποροι καθορίζουν από κοινού την έκπτωση, οριοθετούν στην ουσία το ύψος της λιανικής τιμής για κάθε λιανέμπορο, πιθανότατα λειτουργώντας και σε βάρος των τελικών καταναλωτών. Ως εκ τούτου, το συγκεκριμένο σύστημα λειτουργεί και ως ένα έμμεσο RPM (Resale Price Maintenance), διότι οι χονδρέμποροι επιβάλλουν και καθορίζουν στην ουσία τα όρια της ελευθερίας, στα οποία μπορούν να κινηθούν οι λιανέμποροι σχετικά με την τιμολόγηση των προϊόντων.

370) Επίσης, ο καθορισμός έκπτωσης μεταξύ ανταγωνιστών σε επίπεδο χονδρικής μπορεί να επηρεάσει το ύψος από το οποίο θα εκκινήσει η προτεινόμενη λιανική, διότι ένα κοινό ποσοστό έκπτωσης από πλευράς χονδρεμπόρων θέτει τα όρια μέσα στα οποία οι λιανέμποροι θα καθορίσουν την τιμή και τα συστατικά αυτής, όπως για παράδειγμα, το περιθώριο κέρδους που θέλουν να έχουν επί της τελικής τιμής πώλησης. Αυτό ακριβώς εκτιμάται ότι συμβαίνει και στην εξεταζόμενη περίπτωση με βάση τα στοιχεία του φακέλου και τα όσα προέκυψαν κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας.

371) Δύο μέλη όμως της Επιτροπής, η Εισηγήτρια Βικτωρία Μερτικοπούλου και το μέλος Δημήτριος Δανηλάτος, μειοψήφησαν αναφορικά με την ως άνω διαπιστωθείσα παράβαση ως προς την απόδειξη της συμμετοχής σε αυτήν της εταιρίας NOTOS COM. Κατά την άποψή τους, δεν υπάρχουν επαρκείς ενδείξεις, ούτε αποδείξεις που να καταδεικνύουν σε επαρκές, κατά νόμο, και δη στο αναγκαίο για το σχηματισμό δικανικής πεποίθησης αποδεικτικό μέτρο, πέραν κάθε εύλογης αμφιβολίας, ότι η εν λόγω εταιρία μετέσχε στην αποδιδόμενη παράβασης. Τουναντίον, πρέπει να υπογραμμισθεί κατ’ αρχάς, ότι είναι η ίδια η NOTOS COM που έθεσε το πρώτον, με δύο καταγγελίες της[663], υπόψιν της Επιτροπής τα περιστατικά με βάση τα οποία εκκίνησε η σχετική έρευνα της Επιτροπής που καταλήγει στη διαπίστωση παράβασης για τις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις κατά το σκεπτικό της παρούσας απόφασης (η πρώτη εκ των οποίων (αρ. πρωτ. 1126/24.02.2006) στρεφόταν κατά πέντε εταιριών χονδρικής εμπορίας επώνυμων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, ενώ η δεύτερη (αρ. πρωτ. 4559/19.07.2006), κατά των εταιριών λιανικής εμπορίας καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής «HONDOS CENTER»). Ειδικότερα, η NOTOS COM κατήγγειλε τις εχθρικές και αντιανταγωνιστικές εναρμονισμένες ενέργειες των εταιριών χονδρικής εμπορίας απέναντί της, και συγκεκριμένα ότι, από την πρώτη μέρα των εκπτώσεων του Ιανουαρίου 2006, οι καταγγελλόμενες επιχειρήσεις απέσυραν τις αισθητικές συμβούλους που υποστήριζαν τα προϊόντα τους από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας και έπαυσαν να υποστηρίζουν και δεν υποστήριξαν την επιπλέον έκπτωση στην τιμή των καλλυντικών προϊόντων που παρείχαν στους καταναλωτές τα εν λόγω καταστήματα της NOTOS κατά την περίοδο των εκπτώσεων. Βασικό περιστατικό που συνδέεται με τις καταγγελλόμενες πρακτικές είναι ότι η καταγγέλλουσα, κατά την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων του έτους 2006, με την ιδιότητά της ως λιανέμπορος[664], αποφάσισε να προσφέρει στους καταναλωτές αυξημένη έκπτωση ύψους 60% σε ορισμένα προϊόντα που διένεμε. Συναφώς, η μη υποστήριξη από τις εταιρίες χονδρικής, της έκπτωσης ποσοστού 10% στα τρία πολυκαταστήματά της ως λιανεμπόρου, οι οποίες ωστόσο θα υποστήριζαν την έκπτωση για όλα τα υπόλοιπα ανά την Ελλάδα καταστήματα λιανικής πώλησης, καταγγέλθηκε από την NOTOS ότι αποτέλεσε αντικείμενο συμφωνίας μεταξύ των επιχειρήσεων αυτών, και συνιστούσε διακριτική μεταχείριση που αποσκοπούσε στον περιορισμό της εκπτωτικής της δυνατότητας. Στην καταγγελία της, η NOTOS COM θεώρησε την ανωτέρω συμπεριφορά των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής ως πρακτική η οποία προφανή στόχο είχε να περιορίσει την ανάπτυξη των πολυκαταστημάτων της και την ανάπτυξη του δικτύου της, να μειώσει το μερίδιο αγοράς της και να οδηγήσει στον περιορισμό του ποσοστού έκπτωσης που παρεχόταν από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας στους καταναλωτές[665]. Και όντως τα ανω-

[662] Πρβλ. παρ. 228 των Κατευθυντήριων.

[663] Οι καταγγελίες έχουν σημαντικό ρόλο στην ανίχνευση των παραβάσεων των κανόνων ανταγωνισμού.

[664] Η NOTOS COM συνεργάζεται (ως λιανοπωλητής) με τη μεγάλη πλειονότητα των εταιριών χονδρικής που δραστηριοποιούνται στην αγορά καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής.

[665] Με βάση την καταγγελία της NOTOS COM, α) οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής δεν υποστήριξαν τις παρεχόμενες από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας εκπτώσεις και ανακάλεσαν τις ευρισκόμενες σε αυτά αισθητικούς συμβούλους ταυτοχρόνως, β) το ταυτόχρονο και ομοιόμορφο των ενεργειών των καταγγελλομένων αποτελούσε ισχυρό τεκμήριο εναρμόνισης της πρακτικής και συμπεριφοράς τους, γ) είχε ομολογηθεί από τις ίδιες τις καθ’ ων επιχειρήσεις η βούλησή τους για εναρμόνιση των τιμών, δ) οι ανωτέρω κοινές ενέργειες και πρακτικές αποσκοπούσαν στον περιορισμό του ποσοστού έκπτωσης που παρεχόταν από τα πολυκαταστήματα της καταγγέλλουσας στους καταναλωτές, ε) οι εν λόγω επιχειρήσεις κατά απολύτως κοινό και ομοιόμορφο τρόπο εφήμοζαν σε βάρος της καταγγέλλουσας διακριτική μεταχείριση, γεγονός που ενδεχόμενα υπέκρυπτε συμφωνία των προμηθευτών με άλλα μέλη του δικτύου για επιβολή δυσμενέστερων όρων πώλησης.

τέρω επαληθεύθηκαν και, από τα στοιχεία του φακέλου βρέθηκε πληθώρα στοιχείων αναφορικά με διακοπή υποστήριξης εκπτώσεων στα καταστήματα της NOTOS από εταιρίες χονδρικής εμπορίας καλλυντικών και, παράλληλα, την ανάκληση των αισθητικών τους συμβούλων από τα καταστήματά της από το 2003 έως και το 2006, και […]. Μάλιστα, από τα στοιχεία αυτά προκύπτει ότι η κοινή αντιανταγωνιστική πρακτική των υπολοίπων εταιριών χονδρικής που συνίστατο στην απόσυρση των αισθητικών και τη μη υποστήριξη της έκπτωσης ως προς τη NOTOS συνιστά αντίδραση των καταγγελλομένων επιχειρήσεων εναντίον της NOTOS επειδή αυτή χορήγησε μεγαλύτερη έκπτωση (της τάξης του 60%) στα δικά της προϊόντα, και επειδή οι «πρακτικές υπέρμετρων εκπτώσεων υποβιβάζουν τα προϊόντα [ενν. των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής] σε προϊόντα καλαθιού»[666], δηλαδή βάση της παράβασης είναι σύμπραξη και από κοινού ενέργεια έναντι επιχείρησης που παρέχει μειωμένες τιμές προς τον καταναλωτή. Σημειώνεται, δε, ότι η καταγγέλλουσα, εάν είχε συμμετάσχει σε αυτή τη σύμπραξη, θα μπορούσε να είχε αιτηθεί την υποβολή της στο πρόγραμμα επιείκειας της Επιτροπής Ανταγωνισμού και, ενδεχομένως, υπό τους εκεί όρους, να είχε τύχει του ευεργετήματος της απαλλαγής από πρόστιμα. Πέραν των ανωτέρω, με βάση τα στο σκεπτικό αναφερόμενα, εν προκειμένω δεν προκύπτουν στοιχεία που να ανταποκρίνονται επαρκώς και στο απαιτούμενο αποδεικτικό μέτρο στη στοιχειοθέτηση της συμμετοχής στην αποδιδόμενη παράβαση της εταιρίας NOTOS COM από την ΕΑ που φέρει το βάρος απόδειξης, αλλ’ αντιθέτως υφίσταται τουλάχιστον σοβαρός βαθμός αμφιβολίας που δεν επιτρέπει σχηματισμό δικανικής πεποίθησης. Ιδίως δεν καταδεικνύεται ως προς τη NOTOS επαρκώς κατά νόμο το υποκειμενικό στοιχείο (αμφίπλευρη συνεννόηση και επικοινωνία). Συναφώς, δεν προκύπτουν συμφωνίες, στοιχεία συναντήσεων ή άλλων επαφών με αντιανταγωνιστικό περιεχόμενο που να καταλαμβάνουν τη NOTOS COM με την ιδιότητά της ως εταιρίας χονδρικής εμπορίας επώνυμων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής (άρα ως ανταγωνίστρια που συμπράττει σε οριζόντιο επίπεδο με τις άλλες εταιρίες χονδρικής), αλλ’ αντιθέτως προκύπτει πολεμική και ανταλλαγή εξωδίκων (εναρμονισμένα, εκ μέρους των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής, εναντίον της NOTOS) ως αντίδραση στην αυτόνομη τιμολογιακή της πολιτική, γεγονός που δεν συνάδει με τη συμπερίληψη της NOTOS ως μέλους της οριζόντιας σύμπραξης. Η δε επισήμανση της NOTOS (από 23.1.2006, πρώτη εξώδικη δήλωση) προς τις εταιρίες L’ OREAL, ESTEE LAUDER, ΣΑΡΑΝΤΗΣ, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, και DIORFIL AEBE (CHRISTIAN DIOR), ότι: «είθισται παγίως αλλά είναι και συμφωνημένο μεταξύ μας, οι εταιρείες σας (αλλά και όλες του κλάδου) να μας ενημερώνουν για το ποσοστό έκπτωσης που επιθυμείτε για τα προϊόντα σας που πωλούνται από τα πολυκαταστήματά μας επιστρέφοντάς μας ταυτόχρονα μέρος της έκπτωσης με τη μορφή πιστωτικού σημειώματος», κατ’ ορθόν αναφέρεται στη διαπραγμάτευση και στις (κάθετες) συμφωνίες που πραγματοποιούνται μεταξύ εταιριών χονδρικής εμπορίας καλλυντικών, από τη μία πλευρά, και των εταιριών λιανικής πώλησης (ιδιότητα με την οποία λειτουργεί εν προκειμένω η NOTOS), ενώ θα μπορούσε εξάλλου να συνδέεται με τον κάθετο (εκ μέρους των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής εμπορίας καλλυντικών) καθορισμό τιμών μεταπώλησης τον οποίο επιβάλλουν προς τις εταιρίες λιανικής επόμενης εμπορικής βαθμίδας. Υπενθυμίζεται ότι με το εξώδικο αυτό η NOTOS παραπονείται για την εναρμονισμένη πρακτική των εταιριών χονδρικής εναντίον των πολυκαταστημάτων της NOTOS για μη χορήγηση πιστωτικών σημειωμάτων στα τελευταία και για συντονισμένη ενέργεια απόσυρσης των αισθητικών από αυτά, η οποία πρακτική των εταιριών χονδρικής επιβλήθηκε, σύμφωνα με τα στο εξώδικο αναφερόμενα, από ανταγωνιστικό προς τη NOTOS κατάστημα που έχει ως απώτερο σκοπό να αποκτήσει συγκριτικό πλεονέκτημα ως προς τη NOTOS. Η δε αντίδραση των εταιριών χονδρικής στη διαμαρτυρία της NOTOS επικεντρώνεται μεταξύ άλλων στο ότι αυτή ευνοεί τα δικά της επιλεκτικά προϊόντα με σκοπό να ενισχύσει τη θέση της στην αγορά[667], γεγονός όμως το οποίο, κατά την άποψη της μειοψηφίας, καταδεικνύει και αυτό τον ισχυρό ανταγωνισμό που ασκεί η καταγγέλλουσα εταιρία NOTOS. Επιπλέον, δεν υφίστανται στοιχεία που να αποδεικνύουν γενικώς ή έστω να καταγράφουν, καθ’ όλη τη διάρκεια του έτους, αλλά και ειδικότερα κατά τις περιόδους των εκπτώσεων, τις τιμές και τις εκπτώσεις της NOTOS, και τη διάρκεια αυτών, άρα δεν στοιχειοθετείται επαρκώς τυχόν συντονισμός της τιμολογιακής πολιτικής της NOTOS με τις άλλες καθ’ ων εταιρίες χονδρικής εμπορίας επώνυμων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, και η διάρκεια αυτού. Πολλώ δε μάλλον που δεν υφίστανται στοιχεία που να αποδεικνύουν ότι η τυχόν παρακολούθηση της έκπτωσης 50% από τη NOTOS, και αληθής υποτιθέμενη, δεν αποτελούσε απλώς παράλληλη συμπεριφορά, αντιδιαστελλόμενη με την απαγορευμένη εναρμονισμένη πρακτική. Κατά την άποψη της μειοψηφίας, δεδομένου ότι δεν αποδεικνύεται άμεσα η ύπαρξη εναρμονισμένης πρακτικής μεταξύ της NOTOS και των υπολοίπων εταιριών, πρέπει να καταδειχθεί παράλληλη συμπεριφορά και να αποδειχθεί κατά πόσον τα στοιχεία που την αποδεικνύουν αποτελούν μια δέσμη σοβαρών, συγκεκριμένων και αλληλοσυμπληρουμένων ενδείξεων για την ύπαρξη προηγουμένης εναρμονίσεως. Εν προκειμένω, ωστόσο, δεν αποδεικνύεται σε επαρκή κατά νόμο βαθμό, ως προς τη NOTOS, ότι δεν υφίσταται άλλη εξήγηση της τυχόν παράλληλης συμπεριφοράς πλην του ηθελημένου συντονισμού (λαμβάνοντας υπόψιν, μεταξύ άλλων, ζητήματα διαφάνειας στην αγορά και της διαφοράς μεριδίων της NOTOS και των ανταγωνιστών της[668] ή την τυχόν ύπαρξη στην αγορά κυρίαρχης επιχειρήσεως -ή επιχειρήσεων με συλλογική δεσπόζουσα θέση-, της οποίας οι τιμές υιοθετούνταν από τους

[666] Βλ. την από 24.01.2006 εξώδικη απάντηση διαμαρτυρία και δήλωση της L’ Oreal.

[667] Βλ. ενδεικτικά εξώδικη απάντηση της Estee Lauder προς τη NOTOS της 25.1.2006. Οι εταιρίες χονδρικής κατηγορούν τη NOTOS για διακριτική μεταχείριση, χωρίς ωστόσο να επικαλούνται ότι η τελευταία κατέχει δεσπόζουσα θέση στην αγορά.

[668] Το μερίδιο της NOTOS στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μειώνεται αρκετά την κρίσιμη περίοδο από [15-25]% το 2005 σε [15-25]% το 2006, σε αντίθεση με αυτό των ανταγωνιστών της.

ανταγωνιστές της)[669], [670]. Σημειώνεται ότι οι τελικές τιμές μεταξύ των προϊόντων των διαφόρων προμηθευτών είναι διαφορετικές και τα προϊόντα είναι διαφοροποιημένα. Συνεπώς, και εκ των ανωτέρω, η παράβαση της εναρμόνισης δεν στοιχειοθετήθηκε επαρκώς και προσηκόντως κατά νόμο εν προκειμένω. Περαιτέρω, το από 8.2.2006 εξώδικο της PCD εντάσσεται σε πλαίσιο ανταλλαγής εκατέρωθεν κατηγοριών μεταξύ της NOTOS, αφενός, και των εταιριών χονδρικής πώλησης όπως η PCD, αφετέρου, και φαίνεται να αναφέρεται σε μονομερή τιμολογιακή συμπεριφορά της NOTOS COM, ήτοι σε τιμολόγηση από την ίδια των διαφόρων προϊόντων που διαθέτει, σε επίπεδο και με την ιδιότητα του καταστήματος λιανικής πώλησης καλλυντικών. Μάλιστα από την ανωτέρω εξώδικη δήλωση της CHRISTIAN DIOR στο από 08.02.2006 εξώδικό της, η οποία αναφέρεται σε πολιτική εκπτώσεων και στο γεγονός ότι όλα τα χρόνια της μεταξύ τους συνεργασίας (μεταξύ PCD - εταιρία χονδρικής εμπορίας επώνυμων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής - και της καταγγέλλουσας ως αντισυμβαλλόμενης εταιρίας λιανικής πώλησης) δεν υπήρξε σε περίοδο εκπτώσεων διαφοροποίηση του ποσοστού έκπτωσης των δικών της από τα προϊόντα των λοιπών εταιρειών, προκύπτει, κατά την άποψη της μειοψηφίας, ότι η PCD αναφέρει ότι η ίδια η NOTOS, στο πλαίσιο της δικής της τιμολογιακής πολιτικής, δεν διέκρινε στις περιόδους εκπτώσεων και δεν διαφοροποιούσε, ως λιανοπωλητής, ως προς τις εκπτώσεις που παρείχε ατομικά στα προϊόντα δικής της εισαγωγής / χονδρικής εμπορίας και αφετέρου στα προϊόντα των άλλων εταιριών χονδρικής. Προς αυτή την κατεύθυνση συγκλίνουν και έτερες αναφορές στα εξώδικα, όπως για παράδειγμα η αναφορά στο από 14.3.2006 εξώδικο της ESTEE LAUDER προς τη NOTOS, όπου η πρώτη αναφέρει ότι: «αναμένουμε εκ μέρους απτά δείγματα καλής θελήσεως που να μας εξασφαλίζουν στο μέλλον από τους κινδύνους που δημιουργούνται όταν τα προϊόντα μας διανέμονται από μία καθετοποιημένη επιχείρηση, η οποία ευνοεί απροκάλυπτα την λιανική πώληση των δικών της προϊόντων, που εισάγει και διανέμει ως χονδρέμπορος». Σε κάθε, δε, περίπτωση, πέραν του ότι κατά την άποψη της μειοψηφίας, η διατύπωση αφορά τη NOTOS COM ως καθέτως συνδεόμενο λιανοπωλητή, και υπό την αντίθετη εκδοχή: α) δεν προκύπτει επαρκώς, ως προς τη NOTOS COM, αν η μη διαφοροποίηση των εκπτώσεων (και αληθής υποτιθέμενη κατά το περιεχόμενό της), οφείλεται σε συνεννόηση ή σε απλή παράλληλη συμπεριφορά, γ) δεν προκύπτει επαρκώς ότι δεν αφορά σε (κάθετη) επιβολή και άσκηση πίεσης εκ μέρους του χονδρεμπόρου, προς το λιανοπωλητή να τηρήσει τις τιμές που καθορίζουν οι εταιρίες χονδρικής εμπορίας επώνυμων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, ενώ επίσης δ) εξ επόψεως στάθμισής του ως αποδεικτικού μέσου λαμβάνεται υπόψιν ότι προέρχεται από αντιδίκους της κατά το χρόνο της αντιδικίας, και δεν υποστηρίζεται επαρκώς από πλαίσιο συγκλινόντων και συγκεκριμένων στοιχείων. Σε συνδυασμό, δε, με τα υπόλοιπα στοιχεία που αναφέρονται εδώ, δεν δημιουργείται η απαιτούμενη δικανική πεποίθηση και δεν επιτυγχάνεται επαρκές αποδεικτικώς έρεισμα για την τεκμηρίωση της παράβασης ως προς τη NOTOS. Και ομοίως, δεν καταδεικνύεται επαρκώς κατά νόμο ότι η συμπεριφορά της NOTOS COM δεν ήταν απλή παράλληλη συμπεριφορά η οποία μπορεί να είχε ως αφετηρία την διαφάνεια της ολιγοπωλιακής αγοράς με τις συγκεκριμένες ιδιαιτερότητες στη δομή της και με το γεγονός της κάθετης, εκτός από οριζόντιας, σχέσης που είχαν οι χονδρέμποροι με την NOTOS COM (η τελευταία είχε καθετοποιημένη δομή και ήταν διανομέας και λιανέμπορος με πολυκαταστήματα που είχαν τα καλλυντικά ως προϊόν προσέλκυσης) - ακόμη και αν υποτεθεί ότι τηρούσε το ίδιο ύψος εκπτώσεων κατά τις εκπτωτικές περιόδους, το οποίο πάντως επίσης δεν αποδεικνύεται επαρκώς κατά νόμο -. Ειδικότερα, η καταγγέλλουσα λειτουργούσε με τη διπλή ιδιότητα της καθετοποιημένης δομής (και ακριβώς λόγω των χαρακτηριστικών και της δομής της είχε επιπλέον κίνητρο να έχει χαμηλότερες τιμές / υψηλότερες εκπτώσεις στο επίπεδο λιανικής) και για αυτό φαίνεται ότι είχε μια επιθετική ανταγωνιστική εμπορική συμπεριφορά έναντι των άλλων εταιριών. Για το λόγο αυτό φαίνεται να προέκυπτε η αντίδραση των καταγγελλόμενων εταιριών που υλοποιούνταν με απόσυρση των αισθητικών και με μη υποστήριξη των εκπτώσεων. Και σε κάθε περίπτωση, αν ήθελε υποτεθεί ότι συνέτρεχε η τήρηση του ύψους εκπτώσεων από τα πολυκαταστήματα λιανικής πώλησης της NOTOS COM, γεγονός που δεν προκύπτει ασφαλώς, δεν αποδεικνύεται επαρκώς ότι αυτή ήταν αποτέλεσμα οριζόντιας σύμπραξης, και όχι, για παράδειγμα, (κάθετου) καθορισμού και επιβολής τιμής μεταπώλησης από τις αντισυμβαλλόμενες προμηθεύτριές της (εταιρίες χονδρικής εμπορίας επώνυμων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής) προς τη NOTOS COM ως εταιρία λιανικής πώλησης. Από πολλά στοιχεία του φακέλου προκύπτει, εξάλλου, μία έντονη πολεμική ή διαφορετική εμπορική πολιτική μεταξύ της NOTOS και των λοιπών εταιριών του κλάδου[671],

[669] Βλ. απόφαση C-89/85 κ.λπ., Ahlstroem κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σ. I-1307, σκ. 70 επ.

[670] Ούτε εξετάζεται το ότι ενδεχομένως η συμμετοχή της NOTOS στην έκπτωση ήταν διαφορετική, ή μεγαλύτερη από ό,τι των άλλων εταιριών, δεδομένης της μη υποστήριξης της έκπτωσης από τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής. Μάλιστα η NOTOS επισημαίνει ότι επιθυμούσε να είναι όσο το δυνατόν πιο ανταγωνιστική σε επίπεδο πολυκαταστημάτων στον τομέα των καλλυντικών εν γένει (και όχι μόνο στα καλλυντικά διανομής της), λόγω της ιδιότητας των τελευταίων ως «μοχλού» επίτευξης υψηλότερων πωλήσεων και στα υπόλοιπα καταναλωτικά αγαθά των πολυκαταστημάτων της, ωστόσο οι άλλες επιχειρήσεις χονδρικής δεν είχαν τη βούληση να ανταγωνιστούν σε επίπεδο τιμών και να υποστηρίξουν μεγαλύτερες εκπτώσεις (η NOTOS παραπέμπει στην από 24.01.2006 εξώδικη απάντηση της L’OREAL σύμφωνα με την οποία: «[…] εάν δεν αποκαταστήσετε την νομιμότητα και συγκεκριμένα να εφαρμόσετε άμεσα εκπτώσεις που να μην θίγουν το κύρος και τη φήμη των προϊόντων μας, δηλαδή συνολικώς και αδιακρίτως μέχρι 50%, θα λάβουμε σε βάρος κάθε νόμιμο μέτρο […]».). Λόγω και της παρουσίας της σε επίπεδο λιανικής, η NOTOS, από την άλλη μεριά, έχει ενδεχόμενα κίνητρα να ευνοεί διαφορετικές στρατηγικές επιλογές από αυτές των ανταγωνιστών της.

[671] Τα στοιχεία αυτά δεν αποδυναμώνουν αλλά μάλλον ενισχύουν, εντούτοις, το συμπέρασμα περί εναρμονισμένης πρακτικής μεταξύ των υπολοίπων (καταγγελλομένων) εταιριών χονδρικής. [Ως προς το σημείο αυτό είναι αποκλίνουσα η άποψη του μειοψηφούντος μέλους Δανηλάτου, η οποία αποτυπώνεται στην επόμενη παράγραφο].

απειλές, συγκεκριμένες ενέργειες[672] και αποστολή εξωδίκων εναντίον της, από τις εταιρίες χονδρικής και από τη HONDOS, και αναφορές σε πόλεμο τιμών από μέρους της NOTOS, γεγονός που ουδόλως συμβαδίζει με συμμετοχή της σε εναρμονισμένη συμπεριφορά, ως προς την οποία ελλείπει άλλωστε και το υποκειμενικό και το αντικειμενικό στοιχείο. Επίσης, από τα στοιχεία αυτά καταδεικνύεται ότι επί μακρό διάστημα, από την είσοδο της NOTOS στην αγορά, υπήρξαν παράπονα και διαμαρτυρίες ανταγωνιστών της NOTOS στο επίπεδο λιανικής προς τους προμηθευτές του εξωτερικού για το διανομέα τους NOTOS και τη διαφορετική, επιθετική του τιμολογιακή πολιτική. Συγκεκριμένα, σημαντικό στοιχείο που καταδεικνύει τη διαφορετική και επιθετική τιμολογιακή πολιτική της NOTOS, και την ενόχληση των ανταγωνιστών του, είναι το σχέδιο απαντητικής επιστολής[673] […] πιθανόν προς την εταιρία […][674] με ημερομηνία 14.2.2006 στο οποίο αναφέρεται ότι: «Σχετικά με την προσφορά που μας έκανε ο NOTOS για το 20% σας ενημερώνουμε ότι […], η παράνομη απαίτησή του να πουλάμε κατά 60% φθηνότερα τις μάρκες που αντιπροσωπεύει θα μας ωθούσε να πουλάμε σε τιμές κάτω του κόστους κατά ποσοστό 20%, κάτι που θα δημιουργούσε πρόβλημα στον κλάδο των καλλυντικών στην ελληνική αγορά. Ο NOTOS, συνεχίζει να χορηγεί, αποκλειστικά και μόνο στο κοινό των κατ/των του, επιπρόσθετη μέση έκπτωση 20% επί των αγορών των προϊόντων σας, μέσω προωθητικών ενεργειών, τις οποίες αν πραγματοποιούσαμε κι εμείς, το κέρδος μας θα κατέληγε από 28% σε 8%. Κρίνετε ικανοποιητικό ένα κέρδος 8%; Όλα τα παραπάνω ξεκινούν από το γεγονός ότι ο αντιπρόσωπός σας NOTOS τυγχάνει να είναι και λιανοπωλητής, κάνοντας κατάχρηση της διπλής αυτής ιδιότητάς του, «φοράει 2 καπέλα. Ευελπιστούμε ότι θα προβείτε σε άμεσες ενέργειες, μέχρι τις 10 Μαρτίου 2006, σε διαφορετική περίπτωση, θα πρέπει, δυστυχώς, να πάρετε τα stands σας από τα καταστήματά μας, καθώς τα προϊόντα σας θα τοποθετηθούν σε δικά μας ράφια.» Ενδεικτικό ως προς τα ανωτέρω και τον αντίκτυπο που είχε η είσοδος της NOTOS στην αγορά είναι επίσης, το Γενικό σχέδιο επιστολής […], Γενικού Διευθυντή (ROGE) προς προμηθεύτρια καλλυντικών προϊόντων που έχει ως τοπικό διανομέα την NOTOS COM με ημερομηνία 26.6.2002[675], στην οποία αναφέρεται το σοβαρότατο θέμα που έχει δημιουργηθεί με την NOTOS COM, ο οποίος πριν ένα χρόνο εισήλθε και στην αγορά της λιανικής πώλησης, έχοντας στην ιδιοκτησία του την αλυσίδα καταστημάτων ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ. Ο […] αναφέρει στην επιστολή αυτή ότι παρόλο που υπάρχει «πόλεμος τιμών» και ενώ τα υπόλοιπα καταστήματα πωλούν όλες τις άλλες μάρκες με έκπτωση 50%, η NOTOS COM στα καταστήματα ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ πουλά την μάρκα της εταιρίας, προς την οποία απευθύνεται η επιστολή, με έκπτωση 60%, επιτείνοντας ακόμη περισσότερο τον πόλεμο των τιμών. Απαιτεί σχετική ενημέρωση άλλως ο όμιλος θα προβεί σε σημαντική αποδυνάμωση της παρεχόμενης υποστήριξης στις μάρκες της παραλήπτριας εταιρίας, με πρώτο βήμα την μετακίνηση των προϊόντων σε διαφορετική θέση στο κατάστημα. Αυτή η αναφορά φωτίζει τον κατά τα ανωτέρω επιθετικό, από ανταγωνιστικής άποψης, ρόλο της νεοεισερχόμενης NOTOS και την αντίδραση των υπολοίπων. Ομοίως, στην ίδια κατεύθυνση για τη διαφορετική πολιτική της NOTOS, είναι και έτερο στοιχείο (ηλεκτρονικό μήνυμα από την […] (DIOR) στον […] (LVMH – DIOR) με ημερομηνία 1.7.2002) με το οποίο τον ενημερώνει για τη λήξη του πολέμου τιμών μεταξύ των λιανεμπόρων πλην του ΠΑΠΑΕΛΛΗΝΑ, ο οποίος συνεχίζει την παροχή εκπτώσεων ύψους 60% στα δικά του σήματα και 50% σε όλα τα υπόλοιπα σήματα, καθώς και, επιπλέον, το Σχέδιο γενικής επιστολής με ημερομηνία 7.8.2003 και τίτλο «ΕΠΙΣΤΟΛΗ ΠΟΥ ΘΑ ΣΤΕΙΛΟΥΜΕ ΕΜΕΙΣ ΣΤΟ ΕΞΩΤΕΡΙΚΟ»[676], προς εταιρίες καλλυ-

[672] Μάλιστα, σε σχέση με την εταιρία ESTEE LAUDER, η πολεμική εναντίον της NOTOS εκδηλώνεται με (επανειλημμένη) απόσυρση των αισθητικών συμβούλων ήδη από το 2003 (βλ. από 28.2.2003 Εξώδικη Απάντηση – Δήλωσή της προς τη NOTOS), μεταξύ άλλων, για λόγους αναγόμενους στις χορηγούμενες από τη NOTOΣ εκπτώσεις σε επίπεδο πολυκαταστημάτων. Βλ. και απάντηση […] - Προέδρου της ESTEE LAUDER, κατά τον από 5.7.2006 έλεγχο στα γραφεία της εταιρίας, όπου αναφέρει ότι: Τα καταστήματα NOTOS GALLERIES ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ αποφάσισαν να χορηγήσουν έκπτωση 50% το μήνα Φεβρουάριο του 2003 σε όλα τα προϊόντα «εκτός από τα δικά μας (ESTEE LAUDER)». Η πρακτική αυτή επαναλήφθηκε το Φεβρουάριο 2006 και κατά τον […] αποτελεί «διαφορετική μεταχείριση». Για το λόγο αυτό σημειώνει «αποσύραμε τις κοπέλες μας [αισθητικές συμβούλους]» από τα καταστήματα αυτά. Σημειώνει δε ότι τα καταστήματα NOTOS «έχουν τη δυνατότητα στα δικά τους προϊόντα να κάνουν μεγαλύτερη έκπτωση από ότι [σε] άλλα προϊόντα επειδή είναι και διανομείς και λιανική (διπλή ιδιότητα)». Αναφέρει δε ότι είχαν αποσύρει αισθητικούς συμβούλους από καταστήματα της NOTOS COM και το Φεβρουάριο 2003. Οι αισθητικοί σύμβουλοι της ESTEE LAUDER αποσύρθηκαν από τα καταστήματα NOTOS COM στις 23.1.2006, ενώ «Η καμπάνια NOTOS ξεκίνησε 21-22 Ιανουαρίου για 60% έκπτωση». Η ESTEE LAUDER δεν επανατοποθέτησε αισθητικούς της συμβούλους στα καταστήματα NOTOS COM μέχρι την 5.7.2006 (ημερομηνία συμπλήρωσης του εν λόγω ερωτηματολογίου) διότι «Ήταν πράξη εμπορική της NOTOS COM [ενν. την καμπάνια NOTOS] που είχε συνέπειες. Ζητήσαμε από τη NOTOS να τα βρούμε. Η παροχή αισθητικών συμβούλων δεν είναι υποχρέωσή μας. Ζητήσαμε να αποζημιωθούμε από τη NOTOS και να διασφαλισθούμε. Προσφερθήκαμε να εκπαιδεύσουμε δικές τους κοπέλες. Συναντηθήκαμε στο HILTON αλλά δεν καταλήξαμε πουθενά». Αναφορικά με τη συνεργασία της ESTEE LAUDER με τα καταστήματα NOTOS COM, αναφέρει ότι είχαν «…και άλλα προβλήματα όπως θέσεων». Τέλος, ο ερωτώμενος δηλώνει ότι μειώθηκαν οι πωλήσεις της εταιρίας προς την NOTOS COM και ότι τα πιθανά αίτια είναι ότι «Ο NOTOS προωθεί τα δικά του προϊόντα. Δεν ενδιαφέρεται για ομαλοποίηση των σχέσεων». Στην από 16.11.2007 ανωμοτί κατάθεσή του ο […] –νόμιμος εκπρόσωπος της ESTEE LAUDER δήλωσε, μεταξύ άλλων, σχετικά με την απόσυρση των αισθητικών συμβούλων των εταιριών του ερωτώμενου από τα καταστήματα της NOTOS COM το 2003 και το 2006, ότι στις περιπτώσεις που η εταιρία θεωρεί ότι δεν θα υπάρχουν υψηλές πωλήσεις αποσύρει τους αισθητικούς της συμβούλους, λαμβάνοντας υπόψη και άλλους παράγοντες. Έτσι, «Στο πλαίσιο αυτό οι αισθητικοί σύμβουλοι και στις δύο ανωτέρω περιπτώσεις αποσύρθηκαν λόγω της μη εύλογης διαφοράς μεταξύ των εκπτώσεων που χορηγούνται στα δικά μας προϊόντα και στα ανταγωνιστικά προϊόντα».

[673] Υπ’ αρ. 4 στοιχείο ληφθέν κατά τον από 5.7.2006 έλεγχο στην ROGE.

[674] Προϊόντα της οποίας προφανώς διανέμει η NOTOS COM.

[675] Υπ’ αρ. 1 στοιχείο ληφθέν κατά τον έλεγχο της 5.7.2006 στα γραφεία της ROGE.

[676] Ηλεκτρονικά αρχεία ληφθέντα κατά τη διενέργεια του αυτεπάγγελτου επιτόπιου ελέγχου την 5.7.2006 στην ROGE (γραφείο […]).

ντικών του εξωτερικού οι οποίες έχουν ως αντιπρόσωπο στην Ελλάδα την NOTOS COM, το οποίο υπογράφει […] της HONDOS) και στο οποίο αναφέρεται, μεταξύ άλλων, ότι η HONDOS CENTER αντιμετωπίζει προβλήματα με τον αντιπρόσωπο της εταιρίας στην οποία απευθύνεται (δηλ. την NOTOS COM) διότι «ο αντιπρόσωπος διαθέτει και δικά του καταστήματα λιανικής πώλησης εφαρμόζοντας διαφορετική πολιτική. […] τέτοιου είδους προβλήματα εμφανίζονται όταν ο αντιπρόσωπος είναι ταυτόχρονα και Λιανοπωλητής. … Έχει σύγκρουση συμφερόντων του». Καταλήγει δε καλώντας την εταιρία του εξωτερικού να εξετάσει το εν λόγω θέμα διότι «θα αναγκαστούμε να διακόψουμε συνεργασία». Επίσης, σε διάφορα στοιχεία, μεταξύ των οποίων και σε επτά σχέδια επιστολών ίδιου περιεχομένου από την Βρεττού Μυρτώ (Δ/ντρια Marketing της HONDOS) προς τις εταιρίες καλλυντικών εξωτερικού BEAUTE PRESTIGE INTERNATIONAL PARFUMS ISSEY MIYAKE, LANCASTER GROUP S.A. (FRANCE) DAVIDOFF PARFUMS, LANCASTER GROUP ESPANA S.A., KENZO, CHANEL BULGARI PARFUMS, BEAUTE PRESTIGE INTERNATIONAL PARFUMS J. P. GAULTIER, με ημερομηνία 28.7.2003[677], η HONDOS ενημερώνει τις εν λόγω εταιρίες για τη μη παρουσία του της NOTOS COM σε προγραμματισμένη συνάντησή τους στην Κύπρο, την 23.7.2003 και αναφέρει και εδώ ως διαμαρτυρία το ότι όταν ο αντιπρόσωπος είναι ταυτόχρονα και λιανοπωλητής έχει σύγκρουση συμφερόντων. Από τον τύπο αυτό επιστολής, προκύπτει, δε, διαφοροποίηση των ποσοστών εκπτώσεων που παρέχει η NOTOS ανάλογα με την εταιρία καλλυντικών εξωτερικού στην οποία αποστέλλεται, καθώς και η διαμαρτυρία της αποστέλλουσας ανταγωνίστριας για τη χαμηλότερη διαμόρφωση των τιμών λιανικής στα προϊόντα της NOTOS σε τιμές χαμηλότερες από τις τιμές χονδρικής στις οποίες προμηθεύει τα καταστήματα της […]. Επίσης, η […][678], […][679], […][680] […][681]) αναγράφει, μεταξύ άλλων, ότι ειδικώς, κατά την εναρκτήρια εκείνη εβδομάδα της επίσημης εποχιακής εκπτωτικής περιόδου, παρόλο που όλα τα υπόλοιπα καταστήματα λιανικής πωλούν τα προϊόντα τους με έκπτωση 50% επί της προτεινόμενης λιανικής τιμής (διαμορφώνοντας έτσι μια λιανική τιμή ίση με την τιμή προμήθειας των προϊόντων), η NOTOS COM A.E. προσφέρει τα προϊόντα τους, αποκλειστικά μέσω των δικών της καταστημάτων λιανικής, σε τιμές λιανικής που ισούνται με την προτεινόμενη τιμή συν 60% έκπτωση επί αυτής, διαμορφώνοντας έτσι τιμές λιανικής περίπου κατά 20% χαμηλότερες από τις τιμές χονδρικής στις οποίες προμηθεύει τα καταστήματα HONDOS[682]. Επίσης, σε επιστολή[683] της HONDOS CENTER προς την P&G Γενεύης με ημερομηνία 23.01.2006 ομοίου περιεχομένου με τις ανωτέρω του […] (Προέδρου), επισυνάπτεται χειρόγραφο ανυπόγραφο σημείωμα στο οποίο αναλύονται τα θέματα που θέτει η HONDOS, με επισήμανση στη δυσαρέσκεια της εταιρίας ενόψει των φημών ραγδαίας επέκτασης της NOTOS COM σε πενήντα καταστήματα[684] [685]. Επιπλέον αυτών, υπάρχουν στοιχεία για περαιτέρω παροχές στις οποίες διαχρονικά προέβαινε η NOTOΣ, όπως ενδεικτικά: δώρο-επιταγές[686], πρόσθετες μέσες εκπτώσεις 15% επί αγορών με τη μορφή δώρο-επιταγών και εξόφληση του τιμήματος από το κοινό σε 36 μηνιαίες δόσεις μέσω της πιστωτικής κάρτας NOTOΣ VISA[687], πό-

[677] (Πρωτότυπα στην Αγγλική) Σημειώνεται ότι αναγράφεται στις επιστολές ημερομηνία 28.7.2001 αλλά προφανώς το σωστό έτος είναι το 2003, αφού το περιεχόμενο των επιστολών αναφέρεται σε συνάντηση του 2003. Επίσης, βρέθηκαν από ηλεκτρονικά αρχεία, αντίστοιχου περιεχομένου, επιστολές προς BURBERRY (σχέδιο επιστολής της 5.3.2004) και YSL BEAUTE (24.7.2003).

[678] Συν. στο υπ’ αριθμ. 4267/14.7.2006 έγγραφο της NOTOS COM. Αντίστοιχου περιεχομένου επιστολή εστάλη και την 19.2.2009 αναφορικά με την επιδείνωση των όρων πίστωσης (μείωση κατά 15 ημέρες) από την NOTOS (Ε62/31.3.2009).

[679] Η εταιρία […] απάντησε, την 17.2.2006, στον […] διαβεβαιώνοντάς τον ότι πασχίζουν να μεταχειρίζονται με αμεροληψία τους πελάτες τους (Υπ’ αρ. 1 στοιχείο ληφθέν κατά τον έλεγχο της 5.7.2006 στην ROGE).

[680] Συν. στην 5δ παρ. του υπ’ αριθμ. 4267/14.7.06 υπομνήματος της καταγγέλλουσας.

[681] Ληφθέν έγγραφο κατά τον έλεγχο της 5.7.2006 στην ROGE.

[682] Μετάφραση από το πρωτότυπο κείμενο που αναφέρει “Especially, during this week’s opening of the official seasonal sales period, although all other retail stores sell your brands with a 50% discount on the suggested retail-price (forming a retail price which is equal to the price of their supply), NOTOS COM SA offers your brands, exclusively through his retail stores, at retail prices amounting to a 60% discount on the suggested price, forming retail prices approximately 20% lower that the wholesale prices with which he supplies our stores”.

[683] Υπ’ αρ. 11 στοιχείο ληφθέν κατά τον έλεγχο της 22.1.2008 στην ΠΡΟΚΤΕΡ & ΓΚΑΜΠΛ ΕΛΛΑΣ.

[684] Στην ένορκη κατάθεση - δήλωσή του (της 22.1.2008) ο […] δήλωσε ότι το έγγραφο αυτό αποτελεί πρακτικά με ημερομηνία 30.1.2006 της ίδιας ημέρας συνάντησης της […] με την NOTOS COM ([…]και ο τότε Γεν. Δ/ντής της NOTOS-δεν αναφέρει όνομα) στα γραφεία της […] για τη συνεργασία τους. Τα εν λόγω πρακτικά δηλώνει ότι είναι γραμμένα από τον ίδιο και αφορούν και σκέψεις του ιδίου επί του «δημιουργηθέντος προβλήματος στις σχέσεις των εταιριών ΧΟΝΤΟΣ και ΝΟΤΟΣ».

[685] Από σχετική αλληλογραφία της ΓΔΑ με εταιρίες καλλυντικών της αλλοδαπής επιβεβαιώνεται ότι […] - Πρόεδρος ROGE τους απέστειλε επιστολές την ίδια ημερομηνία, στις 23.1.2006, με όμοιο περιεχόμενο με αναφορές εις βάρος του διανομέα τους NOTOS COM. Ορισμένες εξ αυτών, πραγματοποίησαν συνάντηση με εκπροσώπους της HONDOS CENTER, χωρίς όμως να αλλάξει εν τέλει οτιδήποτε μεταξύ των εμπορικών σχέσεων των εν λόγω αλλοδαπών εταιριών και του διανομέα τους, NOTOS COM.

[686] Βλ. Λίστα Καταγραφής Εγγράφων (α.π. 5277/22.07.2016), έγγραφο με αύξοντα αριθμό 259 και εκεί αναφορές στο πρώτο συλλεγέν έγγραφο:

«Δίνει [ενν. η ΝΟΤΟΣ] δώρο-επιταγή 10 € για αγορές από 1 € και για όλα τα είδη (και καλλυντικά), η οποία εξαργυρώνεται από 27.02.2006 έως 22.04.2006»,

«Για αγορές από 17.01.2006 - 22.04.2006 (για όλα τα είδη και καλλυντικά): για αγορές 450 € δίνει δώρο-επιταγή 50 €, για αγορές 600 € δίνει δώρο-επιταγή 100 €, για αγορές 1300 € δίνει δώρο-επιταγή 200 €»,

«Απρίλιος 2005. Δώρο-επιταγή 10 € για αγορές άνω των 100 €. Δώρο-επιταγή 25 € για αγορές από 180 € και άνω» κτλ.

[687] Βλ. απάντηση της ROGE σε σχετικό ερωτηματολόγιο της ΓΔΑ (υπόμνημα ROGE της 18.7.2006), στο οποίο αναφέρει τα ακόλουθα: Οι σχέσεις με τους προμηθευτές της είναι ομαλές και δεν αντιμετωπίζουν προβλήματα, με εξαίρεση την εταιρία NOTOS COM, η οποία, κατά την ROGE, δημιουργεί προβλήματα «με προφανή σκοπό την αθέμιτη αποκόμιση πλεονεκτημάτων από την ευμενέστερη και διακριτική μεταχείριση του δικτύου της λιανικής πωλήσεως με διάφορους τρόπους», όπως η χορήγηση έκπτωσης 60% επί της προτεινόμενης ανώτατης λιανικής τιμής στις μάρκες που αντιπροσωπεύει στην Ελλάδα, κατά τις χειμερινές εκπτώσεις 2006.

ντους αγορών κτλ. Έτσι, κατά την άποψη της μειοψηφίας της Μερτικοπούλου (άλλως για το μέλος της Επιτροπής Ανταγωνισμού Δανηλάτο, για τον οποίο η παράβαση δεν στοιχειοθετείται ούτε για τις άλλες εταιρίες χονδρικής πώλησης για το χρονικό διάστημα πριν την ανταλλαγή των εξωδίκων τον Ιανουάριο του 2006– βλ. επόμενη παράγραφο), οι εταιρίες χονδρικής εμπορίας καλλυντικών ESTEE LAUDER HELLAS Α.Ε., ΓΡ.ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ, L’OREAL PRODUITS DE LUXE HELLAS A.E., PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS Α.Ε.Β.Ε., ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS Α.Ε., παραβίασαν, σύμφωνα με τα εκτεθέντα ανωτέρω, το άρθρο 1 ν. 703/1977, όπως ίσχυε, και το άρθρο 81 ΣυνθΕΚ (νυν 101 ΣΛΕΕ), με τη συμμετοχή τους σε απαγορευμένη οριζόντια σύμπραξη περί καθορισμού εκπτώσεων με αποτέλεσμα τον έμμεσο καθορισμό εύρους τιμών λιανικής, και με διακοπή της υποστήριξης εκπτώσεων στα καταστήματα της NOTOS και, παράλληλα, με την επανειλημμένη ανάκληση των αισθητικών τους συμβούλων από αυτά. Υπενθυμίζεται ότι η παρούσα υπόθεση εκκίνησε από την απόφαση της NOTOS, ενόψει ιδίως των χειμερινών εκπτώσεων 2006, να προσφέρει στους καταναλωτές έκπτωση 60% σε συγκεκριμένη γκάμα προϊόντων, εμπορική απόφαση που επέφερε την περιγραφόμενη αντίδραση των λοιπών εταιρειών χονδρικής (απόσυρση αισθητικών συμβούλων, μη υποστήριξη εκπτώσεων κτλ.) εις βάρος της εν λόγω εταιρίας[688]. Τέλος, κατά την άποψη της μειοψηφίας των μελών της Επιτροπής Δανηλάτου και Μερτικοπούλου, δεν αποδεικνύεται επαρκώς, κατά νόμο, ότι η NOTOS COM συμμετέσχε σε κάθετη έκφανση της οριζόντιας συμφωνίας των καταγγελλόμενων εταιριών χονδρικής ή εν πάση περιπτώσει προέβη σε πρακτικές κάθετου καθορισμού τιμών λιανικής πώλησης προς τις επιχειρήσεις λιανικής, αλλά τα λίγα και αποσπασματικά στοιχεία που αφορούν κοινοποίηση τιμοκαταλόγων με λιανικές τιμές πώλησης και μάλιστα με την ειδική αναφορά ως ενδεικτικές - «προτεινόμενες λιανικές τιμές», δεν επαρκούν εν προκειμένω για την στοιχειοθέτηση μιας τέτοιας παράβασης, ούτε, a fortiori, για τη στοιχειοθέτηση ότι η NOTOS προέβη σε μία τέτοια επιβολή που οφειλόταν σε καρτελικού τύπου σύμπραξη μεταξύ των χονδρεμπόρων. Από το δε έγγραφο που βρέθηκε στον επιτόπιο έλεγχο στην ROGE, δεν προκύπτει συντάκτης ή η φύση και η προέλευσή του, δεν προκύπτει ότι συνδέεται με τη NOTOS, δεν προκύπτει να εστάλη από αυτήν ή το πώς περιήλθε στην κατοχή της HONDOS, ούτε αναφέρεται σε συμφωνία της NOTOS με τον όμιλο HONDOS CENTER. Περαιτέρω, σχετικά με την αλληλογραφία στην οποία αναφέρεται η Μέρρη, η αλληλογραφία αυτή δεν αποδεικνύεται ότι σχετίζεται με την NOTOS δεδομένου ότι όπως επικαλείται η εταιρία, η εν λόγω υπάλληλος ουδέποτε εργαζόταν στην NOTOΣ[689]. Συμπερασματικώς, τα ανωτέρω αποδίδουν το για μακρό χρονικό διάστημα πλαίσιο εμπορικών διαφορών με τη NOTOS, τα οποία δεν συνάδουν εν προκειμένω με την αιτίαση για συμμετοχή της NOTOS στην αθέμιτη σύμπραξη που αποδίδεται στις υπόλοιπες επιχειρήσεις χονδρικής κατά τα ανωτέρω. Συνεπώς, κατά την άποψη της μειοψηφίας των ως άνω δύο μελών της Επιτροπής, η συμμετοχή στην παράβαση της εταιρίας NOTOS COM δεν αποδεικνύεται επαρκώς, κατά νόμο, και, για το λόγο αυτό, δεν θα πρέπει να της επιβληθεί οποιαδήποτε κύρωση στην υπό κρίση υπόθεση. Και τούτο, δεδομένου ότι καμία επιμέρους παράβαση των εθνικών και ενωσιακών κανόνων δεν στοιχειοθετήθηκε επαρκώς κατά νόμο, λαμβανομένων υπόψη των ειδικότερων σκέψεων που προεκτέθηκαν.

372) Περαιτέρω, το μέλος της Επιτροπής, Δημήτριος Δανηλάτος, μειοψήφησε αναφορικά με το περιεχόμενο της διαπιστωθείσας παράβασης ως προς τις πέντε χονδρεμπορικές εταιρίες, καθώς:

1. Η, βάσει ρύθμισης, πρακτική της αγοράς λιανικής πώλησης καλλυντικών επί μακρά σειρά ετών, μέχρι την παρέμβαση του Υπουργείου Ανάπτυξης (ΥΠΑΝ), στις αρχές της δεκαετίας 2000, ήταν εκείνη της πλασματικής τιμής και παροχής έκπτωσης 30% επ’ αυτής καθ’ όλη τη διάρκεια του έτους.

2. Κατά τις δύο περιόδους των εποχικών εκπτώσεων (χειμερινών και θερινών) τα καταστήματα παρείχαν ποσοστά εκπτώσεων μεγαλύτερα του παγίου 30%, ενώ οι προμηθευτές τους χονδρέμποροι συνεισέφεραν στην παραπάνω έκπτωση παρέχοντας στους λιανοπωλητές ειδικές εκπτώσεις στις τιμές χονδρικής κατά τις δύο αυτές περιόδους.

3. Ακόμη και όταν καταργήθηκε με απόφαση του ΥΠΑΝ το σύστημα της πλασματικής τιμής λιανικής πώλησης στα καλλυντικά, το παραπάνω σύστημα παροχής επιπλέον έκπτωσης από τους χονδρεμπόρους προς τους λιανοπωλητές κατά τις δύο περιόδους εποχικών εκπτώσεων διατηρήθηκε.

4. Με άλλα λόγια αυτή η επί δεκαετίες πρακτική - ως καθιερωμένο pattern / εμπορική συνήθεια στη συγκεκριμένη αγορά, με μία ακόμη ιδιαιτερότητα ως προς τη διάθεση προσωπικού πωλήσεων (αισθητικών) από τους χονδρεμπόρους στους λιανεμπόρους - είχε δημιουργήσει απόλυτα ομοιόμορφη και παράλληλη συμπεριφορά

«Επιπλέον, παρείχε στο κοινό των καταστημάτων της, αποκλειστικά και μόνον, πρόσθετη μέση έκπτωση 15% επί των αγορών της με τη μορφή δωροεπιταγών και εξόφληση του τιμήματος από το κοινό σε 36 μηνιαίες δόσεις με τη δική της πιστωτική κάρτα NOTOS VISA έναντι των 12 μηνιαίων άτοκων δόσεων με άλλες πιστωτικές κάρτες». Συμπληρώνει δε ότι η ίδια (HONDOS CENTER) χορηγούσε από τα καταστήματά της έκπτωση 50% στη μεγαλύτερη πλειοψηφία προϊόντων, πλην των προϊόντων της NOTOS COM στα οποία «δεν μπορούσαν να γίνουν και δεν έγιναν εκπτώσεις πέραν του 30%. Η αλυσίδα HONDOS CENTER έχει διαμαρτυρηθεί γι΄ αυτό στους Οίκους που αντιπροσωπεύει η NOTOS COM με επιστολή της 23/01/06. …και πριν να επεκτείνει τις παρεχόμενες εκπτώσεις στο ποσοστό του 60%, η NOTOS COM, ήδη αφότου έγινε ιδιοκτήτης των καταστημάτων ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ και επεκτάθηκε έτσι στην αγορά της λιανικής, παρείχε στο κοινό στις περιόδους των εκπτώσεων έκπτωση 50% επί της ανώτατης λιανικής τιμής στις μάρκες που αντιπροσώπευε». Το ποσοστό αυτό δεν ήταν εφικτό να παρέχεται και από την HONDOS, αφού κατά δήλωσή της θα κατέληγε σε κάτω του κόστους πωλήσεις.

[688] Εξάλλου, παρά την μη υποστήριξη από τις λοιπές επιχειρήσεις χονδρικής των εκπτώσεων για τα προϊόντα διανομής τους, η Notos παρέσχε εντούτοις στο καταναλωτικό κοινό, μέσω των πολυκαταστημάτων της, συνολική έκπτωση 50%, παρότι δεν υποστηρίχθηκε για την εν λόγω έκπτωση.

[689] Βλ. υπόμνημα NOTOS (αρ. πρωτ. 566/8.11.2016).

των παικτών της αγοράς τόσο στη χονδρική όσο και τη λιανική (αντίθετα από τα διαλαμβανόμενα στην § 408) της απόφασης). Η πρακτική της αγοράς διαμόρφωσης - καθορισμού του ύψους των εκπτώσεων προς τους καταναλωτές στα καλλυντικά ήταν μια εμπορική συνήθεια (pattern) παράλληλης συμπεριφοράς του κλάδου μέχρι την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων 2006, η οποία δεν αποδεικνύεται ότι αποτελούσε εναρμονισμένη πρακτική των 6 εταιριών και δεν παραβίαζε τη νομοθεσία για τον ανταγωνισμό.

5. Στη βάση αυτή είχε λειτουργήσει και η παροχή έκπτωσης 50% από τους λιανοπωλητές προς τους καταναλωτές κατά τις περιόδους των εποχικών εκπτώσεων.

6. Αυτή την ομοιόμορφη συμπεριφορά ήρθε να διαταράξει η NOTOS COM στις εκπτώσεις του 2006 με αποτέλεσμα την εναρμονισμένη πρακτική από τις άλλες 5 εταιρίες χονδρικής για τη συγκράτηση του «επιθετικού» λιανέμπορου (NOTOS COM) με την ταυτόχρονη απόσυρση αφενός μεν των αισθητικών από τα καταστήματα αφετέρου δε της υποστήριξης της επιπλέον έκπτωσης από τη NOTOS ως λιανοπωλητή, ο οποίος σε λιγότερο από 2-3 ημέρες αναγκάσθηκε να μειώσει τις εκπτώσεις του που δεν υποστηρίζονταν πλέον από τους χονδρεμπόρους.

7. Με βάση την παραπάνω συλλογιστική δεν υπήρχε καρτέλ με την έννοια του νόμου (τότε 703/1977 και σήμερα 3959/2011) αλλά ομοιόμορφη και παράλληλη συμπεριφορά (pattern).

8. Η πανομοιότυπη αντίδραση των 5 εταιριών χονδρικής αποτελεί, εντούτοις, δείγμα εναρμονισμένης πρακτικής απέναντι στον δυναμικό, ανταγωνιστικά, λιανέμπορο NOTOS COM, του οποίου η ταυτόχρονη ιδιότητα ως χονδρεμπόρου επ’ ουδενί μπορεί να εξομοιωθεί με συμμετοχή σε ένα καρτέλ που δεν αποδεικνύεται. Αποτελεί παραβίαση της νομοθεσίας για τον ανταγωνισμό των 5 εταιριών χονδρικής το ότι οι συγκεκριμένες 5 εταιρίες εναρμόνισαν την αντίδρασή τους εναντίον της NOTOS COM αφενός μεν με την απόσυρση των αισθητικών αφετέρου δε με τη διακοπή της υποστήριξης των παρεχόμενων στη λιανική εκπτώσεων με επιπλέον έκπτωση στις τιμές χονδρικής προς τη NOTOS COM όπως το έκαναν προηγουμένως σύμφωνα με το προαναφερόμενο pattern.

9. Τέλος, η παροχή του ιδίου ποσοστού έκπτωσης 50% επ’ ουδενί δημιουργεί περιορισμό του ανταγωνισμού (όπως αναφέρεται στις § 348-371) καθώς οι βασικές τιμές επί των οποίων γίνονται οι εκπτώσεις είναι διαφορετικές και παραμένουν διαφορετικές μετά τη χορήγηση της έκπτωσης.

10. Η αντίδραση των 5 εταιριών χονδρικής στη χορήγηση έκπτωσης 60%, από τη NOTOS COM στα δικά της καλλυντικά και όχι 50%, όπως στα δικά τους, οφείλεται στο ότι αφενός μεν εκείνα της NOTOS COM αποκτούσαν πιο ανταγωνιστική τιμή αφετέρου δε οι πέντε εταιρίες είχαν επίγνωση ότι πολύ συχνά ο καταναλωτής «αγοράζει ποσοστό έκπτωσης» και όχι τελική τιμή, με αποτέλεσμα να έχουν ανταγωνιστικό μειονέκτημα όσα προϊόντα πωλούνται με χαμηλότερο ποσοστό έκπτωσης ακόμη και αν η τελική τιμή τους είναι μικρότερη από άλλα για τα οποία παρέχεται μεγαλύτερο ποσοστό έκπτωσης.

Θ.4.3. Κάθετη διάσταση

Θ.4.3.1 Νομικό πλαίσιο

373) Οι κάθετες συμφωνίες καθορισμού των τιμών μπορούν να προκύψουν είτε από την ύπαρξη συμβατικών ρητρών που περιορίζουν τον ανταγωνισμό είτε, εφόσον δεν υφίστανται τέτοιες συμβατικές ρυθμίσεις, σε περίπτωση που τα μέτρα ή τις πρακτικές που συστήνει ή επιβάλλει προς τήρηση ο προμηθευτής / παραγωγός, τίθενται σε εφαρμογή από τους μεταπωλητές του[690]. Συμπράξεις μεταξύ επιχειρήσεων που δραστηριοποιούνται σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής και έχουν ως αντικείμενο τον καθορισμό των τιμών ή του ύψους της έκπτωσης που μπορούν να προσφέρουν οι πελάτες των προμηθευτών ύψους της έκπτωσης που μπορούν να προσφέρουν οι πελάτες των προμηθευτών συνιστούν, επίσης, παράνομες συμπράξεις. Εφόσον, δηλαδή, προμηθευτές και πελάτες συμμετέχουν σε μία σύμπραξη αναφορικά με το ύψος της τιμής ή της έκπτωσης που θα προσφέρουν οι πελάτες, τότε από πλευράς δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού γίνεται δεκτή η θέση ότι πρόκειται για απαγορευμένη σύμπραξη. Αυτού του είδους οι συμφωνίες έχουν ως σκοπό ή ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού μεταξύ των πελατών. Πράγματι, δεν επιτρέπουν τον ανταγωνισμό ως προς τις τιμές μεταξύ των πελατών, οι οποίοι δεν έχουν τη δυνατότητα να αποφασίζουν εξ ιδίας πρωτοβουλίας να παραιτούνται υπέρ των δικών τους πελατών από ένα - ακόμη και σημαντικό - μέρος της προμήθειας (ή της έκπτωσης) που τους αναλογεί[691]. Το σύστημα του από κοινού καθορισμού τιμών μεταπώλησης μεταξύ προμηθευτών και αγοραστών στερεί τους καταναλωτές από τη δυνατότητα να προμηθευτούν τα εκάστοτε προϊόντα ή τις εκάστοτε υπηρεσίες υπό οικονομικά πιο ευνοϊκούς όρους. Για το λόγο αυτό, γίνεται δεκτό ότι σε αυτές ειδικά τις περιπτώσεις παραβιάζονται τα άρθρα 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ[692].

374) Υπενθυμίζεται ότι, όπως αναφέρθηκε ανωτέρω[693], ο παράνομος χαρακτήρας μιας σύμπραξης υφίσταται ακόμα κι αν συνάπτεται μόνο σε ανώτερο επίπεδο εμπο-

[690] Οι ρητές συμβατικές ρήτρες για καθορισμό τιμών μεταπώλησης περιορίζουν αυτές καθαυτές τον ανταγωνισμό άνευ άλλου τινός, ανεξάρτητα από το εάν εφαρμόστηκαν στην πράξη ή όχι, (Τ-67/01, JCB Service κατά Επιτροπής, Συλλ. 2004, σελ.ΙΙ-49, σκ.103, 117, C-167/04 P, JCB Service κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. Ι-8935, σκ. 151 επ., C-89/85, Ahlstrom κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σελ. Ι-1307, σκ.175, C-306/96, Javico κατά YSL, Συλλ. 1998, σελ. Ι-1983, σκ.14 επ., C-86/82, Hassebland κατά Επιτροπής, Συλλ. 1984, σελ.883, σκ.45 επ. Βλέπε επίσης Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ο.π., παρ. 48) ενώ στις υπόλοιπες περιπτώσεις ο εξ αντικειμένου περιορισμός του ανταγωνισμού προκύπτει από την ερμηνεία που δίνουν τα μέρη στη συμβατική ρύθμιση.

[691] Βλ. πχ. ΔΕΚ 311/85, VZW κλπ κατά ASBL κλπ, Συλλ. 1987, σελ.3801, σκ.17, 209επ., 209-215/78, Heintz van Landewvyk κλπ κατά Επιτροπής, Συλλ. (ελλ.ειδ.έκδοση) τόμος ΙΙΙ, σελ. 207, σκ.157-162 (όπου επίσης συμφωνία μεταξύ χονδρεμπόρων και λιανεμπόρων αναφορικά με την λιανική τιμή πώλησης των τσιγάρων θεωρήθηκε ότι είχε ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού), C-243/83, SA Binon κλπ, Συλλ. 1985, σελ. 2015, σκ.43-47.

[692] Βλ. ΔΕΚ 43 & 63/82, VBVB/VBBB κατά Επιτροπής, Συλλ. 1984, σελ.22, σκ.45 (όπου συμφωνία μεταξύ ενώσεων εκδοτών και ενώσεων βιβλιοπωλών θεωρήθηκε παράνομη σύμπραξη).

[693] Βλ ανωτέρω υπό παρ. 331). (Θ.4.2.1.Νομικό πλαίσιο).

ρίου (π.χ. παραγωγών) και αφορά τους όρους, με τους οποίους θα συναλλάσσονται οι πελάτες τους (π.χ. οι χονδρέμποροι) με τους δικούς τους πελάτες (πχ. λιανέμπορους). Σε αυτήν την περίπτωση, η θέση περιορισμών ως προς τα περιθώρια κέρδους, τις (μέγιστες) εκπτώσεις και τις τιμές που δύνανται να χρεώνουν οι πελάτες των συμπραττουσών επιχειρήσεων θεωρείται ότι έχουν ως σκοπό τον περιορισμό της ελευθερίας δράσης αυτών και, ως εκ τούτου, τον περιορισμό του ανταγωνισμού. Αυτό ακριβώς συμβαίνει και στη εξεταζόμενη περίπτωση, όπως αναλύθηκε ανωτέρω.

375) Ο καθορισμός ελάχιστων ή πάγιων τιμών μεταπώλησης αποτελεί ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού[694]. Σε περίπτωση συμβατικών διατάξεων ή εναρμονισμένων πρακτικών με τις οποίες καθορίζεται απευθείας η τιμή μεταπώλησης, ο περιορισμός είναι εμφανής. Ωστόσο, ο καθορισμός των τιμών μεταπώλησης δύναται επίσης να επιτευχθεί με έμμεσο τρόπο (π.χ. οι συμφωνίες για καθορισμό του περιθωρίου κέρδους του διανομέα[695], του ανωτάτου επιπέδου έκπτωσης που μπορεί να χορηγήσει ο διανομέας από ένα καθορισμένο επίπεδο τιμών[696], η εξάρτηση της χορήγησης εκπτώσεων ή της επιστροφής των δαπανών προώθησης εκ μέρους του προμηθευτή από την τήρηση συγκεκριμένου επιπέδου τιμών, η σύνδεση της καθορισμένης τιμής μεταπώλησης με τις τιμές μεταπώλησης των ανταγωνιστών, οι απειλές, οι εκφοβισμοί[697], οι προειδοποιήσεις, η επιβολή κυρώσεων[698]). Οι άμεσοι ή έμμεσοι τρόποι για την επίτευξη του καθορισμού των τιμών μπορούν να γίνουν πιο αποτελεσματικοί, στις περιπτώσεις που αυτοί συνδυάζονται με τη λήψη μέτρων για τον εντοπισμό διανομέων που εφαρμόζουν μειωμένες τιμές (π.χ. η εφαρμογή συστήματος παρακολούθησης των τιμών)[699]. Υπογραμμίζεται ότι η απαγόρευση καθορισμού τιμών ισχύει τόσο σε επίπεδο λιανικής, όσο και σε επίπεδο χονδρικής πώλησης των προϊόντων[700].

376) Σύμφωνα με τον Κανονισμό 2790/1999[701] (άρθρο 4 στοιχ.α΄), ο καθορισμός τιμών μεταπώλησης θεωρείται ιδιαίτερα σοβαρός περιορισμός του ανταγωνισμού. Σύμφωνα με την Ανακοίνωση της ΕΑ για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας[702], ακόμα και στην περίπτωση που το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή δεν υπερβαίνει το 10% ή σύμφωνα με την Ανακοίνωση της Επιτροπής[703] το 15%, οι εξ αντικειμένου περιορισμοί του ανταγωνισμού συνιστούν παράβαση του άρθρου 1 του ν. 703/1977 και 81 της ΣυνθΕΚ, καθώς οι συμφωνίες μεταξύ μη ανταγωνιστών που περιλαμβάνουν έναν ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό του ανταγωνισμού, εμπίπτουν στα άρθρα 1 παρ. 1 ν. 703/1977 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ ως αισθητά περιορίζουσες τον ανταγωνισμό ακόμα και αν τα μερίδια αγοράς των εμπλεκομένων επιχειρήσεων είναι μικρότερα των προβλεπόμενων στις σκέψεις 7, 8 και 9 των προαναφερόμενων Ανακοινώσεων[704]. Συνάγεται επομένως με βάση τα παραπάνω ότι ο περιορισμός της δυνατότητας του αγοραστή να καθορίζει μόνος του τις τιμές μεταπώλησης αποτελεί ιδιαίτερα σοβαρό περιορισμό[705]. Υπενθυμίζεται δε ότι το μπλοκ των έξι (κατά τη μειοψηφίσασα γνώμη των πέντε) εμπλεκόμενων στην παρούσα υπόθεση προμηθευτών καλύπτει, κατά την πλειοψηφήσασα γνώμη, περίπου το 100% της σχετικής αγοράς, στην οποία μάλιστα η NOTOS COM είναι η δεύτερη σε μέγεθος εταιρία χονδρικής (μετά την ESTEE LAUDER), γεγονός που επιβεβαιώνει την (κατά πλειοψηφία) θέση της ΕΑ ότι καρτέλ στην προκειμένη περίπτωση χωρίς τη συμμετοχή της NOTOS COM δεν θα μπορούσε να λειτουργήσει.

377) Συναφώς επισημαίνεται ότι ο ανωτέρω περιορισμός σε καμία περίπτωση δεν μπορεί να θεωρηθεί ως δικαιολογία / αντίδραση σε πράξεις αθέμιτου ανταγωνισμού από μέρους κάποιου ανταγωνιστή[706]. Το επιχείρημα περί πράξεων αθέμιτου ανταγωνισμού προβλήθηκε

[694] Για το θέμα του καθορισμού τιμών μεταπώλησης, βλέπε σχετικά μεταξύ άλλων και Zevgolis N., Resale Price Maintenance (RPM) in European Competition Law: Legal certainty Versus Economic theory?, ECLR, Volume 34: Issue 1, 2013, p. 25.

[695] Υπόθεση Yamaha (COMP/37.975/PO), σκ. 81-82, 144.

[696] Mercedes – Benz [2002] OJ L257/1, παρ. 113 και Yamaha, ό.π, σκ. 126.

[697] Πρβλ. για παράδειγμα παρ. 21 της υπόθεσης Τ-208/01, Volkswagen AG v. Commission, Συλλ. 2003, σελ. II-5141.

[698] Hasselblad [1982] OJ L161/18, παρ. 36 και επ., καθώς και 107/82, AEG – Telefunken v. Commission, Συλλ. 1983, σελ. 3151, σκ. 129-130.

[699] Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 48.

[700] Απόφαση Επιτροπής 2001/135/ΕΚ, Nathan-Bricolux, ΕΕ 2001, L 54, σελ. 1.

[701] ΕΕ 1999, L 148, σ.1. Σημειώνεται ότι, βάσει σχετικής νομολογίας του ΣτΕ (4702/98), ο Κανονισμός 1984/83, ο οποίος επίσης προϋπέθετε παράβαση του άρθρου 81 παρ.1 (και επομένως επηρεασμό του εμπορίου μεταξύ των κρατών-μελών) εφαρμόστηκε (εμμέσως) από την ΕΑ παρά το γεγονός ότι η ΕΑ δεν διαπίστωσε παράβαση του άρθρου 81 παρ.1, αλλά μόνο του άρθρου 1 παρ.1 του ν. 703/1977. Σε κάθε περίπτωση, στα πλαίσια της αναγκαιότητας ομοιόμορφης ερμηνείας του εθνικού σύμφωνα με το ευρωπαϊκό δίκαιο. το άρθρο 1 παρ.1 θα ερμηνεύεται πλέον σύμφωνα με τις σχετικές κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς και τις προβλέψεις του Κανονισμού 2790/99 (βλ. και Δ. Τζουγανάτο, Οι συμφωνίες αποκλειστικής και επιλεκτικής διανομής στο δίκαιο του ανταγωνισμού, 2001, σελ. 191-194).

[702] Ανακοίνωση της ΕΑ με ημερομηνία 2/3/2006 σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το αρ. 1 παρ. 1 Ν. 703/1977 (de minimis), παρ. 11 (2). Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας, ΕΕ 2014, C 291, σελ.1.

[703] Ανακοίνωση της Επιτροπής σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρ. 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ, ΕΕ C 368, 22/12/2001, παρ. 11 (2).

[704] Βλ. C-5/69, Völk κατά Vervaeke, Συλλ. 1969-1971 (ελλ.ειδ.εκδ.), σ.91, σκ.8 επ. Ανακοίνωση της Επιτροπής – Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ 200, C 291, σ.1, παρ. 9-11.

[705] Βλέπε Wernhard Moschel, Ο καθορισμός της τιμής μεταπώλησης στις συμβάσεις διανομής κατά το δίκαιο του ελεύθερου ανταγωνισμού (Vertical Price Fixing: Myths and Loose Thinking), 17.02.2012, Ομιλία οργανωθείσα από το Σύνδεσμο Ελλήνων Εμπορικολόγων. Βλέπε επίσης Ν. Ζευγώλη, Κάθετες συμφωνίες, ό.π., σελ. 91επ.

[706] Τ-66/99, Minoan κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σ.II-5515, σκ. 194 («… Η απαγόρευση τελέσεως πράξεων αθέμιτου ανταγωνισμού ουδόλως μπορεί να ερμηνευθεί ως επιβάλλουσα στις εν λόγω επιχειρήσεις τη σύναψη συμφωνιών με αντικείμενο τον καθορισμό των εφαρμοστέων στις διεθνείς γραμμές ναύλων. …»). Πρβλ. επίσης την απόφαση ΔΕφΑθ 3807/2014, ιδίως παρ. 13 και 16.

από τις εμπλεκόμενες στην παρούσα υπόθεση εταιρίες και στη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας[707]. Ωστόσο, δεν ευσταθεί με βάση τα συγκλίνοντα στοιχεία που αναλύθηκαν ανωτέρω. Σημειώνεται επίσης ότι από καμία από τις εμπλεκόμενες έξι (κατά την πλειοψηφίσασα γνώμη) εταιρίες χονδρικής δεν προβλήθηκε ισχυρισμός περί δικαστικής διένεξης με τη NOTOS COM (εννοείται ότι ούτε από την ίδια τη NOTOS COM, κατά την πλειοψηφίσασα γνωμη, προβλήθηκε τέτοιος ισχυρισμός) με βάση τις διατάξεις περί αθέμιτου ανταγωνισμού. Επιπλέον, υπογραμμίζεται ότι ακόμη και στην υποθετική περίπτωση που επρόκειτο για ζήτημα αθέμιτου ανταγωνισμού – το οποίο πάντως, όπως αποδείχθηκε από την ανωτέρω ανάλυση, δεν συντρέχει - αυτό επουδενί απαγορευεί τη συν-εφαρμογή των διατάξεων περί ελεύθερου ανταγωνισμού, ούτε βεβαίως είναι ικανός λόγος να την αποκλείσει[708].

Θ.5. ΕΞΕΤΑΣΗ ΧΟΡΗΓΗΣΗΣ ΟΜΑΔΙΚΗΣ / ΑΤΟΜΙΚΗΣ ΑΠΑΛΛΑΓΗΣ

Θ.5.1. Γενικά

378) Στο παρόν τμήμα εξετάζεται η δυνατότητα χορήγησης ομαδικής απαλλαγής βάσει του Κανονισμού 2790/1999[709] και η δυνατότητα ατομικής απαλλαγής, βάσει των άρθρων 1 παρ. 3 του ν. 703/1977 και 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ. Η προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού δεν είναι αυτοσκοπός, αλλά όπου το συμφέρον των καταναλωτών ή / και της οικονομίας υπηρετείται καλύτερα με τον περιορισμό του ανταγωνισμού, ο περιορισμός αυτός δεν απαγορεύεται. Για αυτό το λόγο, τόσο ο ν. 703/1977, όσο και η ΣυνθΕΚ προβλέπουν ρητά εξαιρέσεις από τον κανόνα της απαγόρευσης των αντιανταγωνιστικών συμπράξεων[710].

379) Ταυτόχρονα, εξετάζεται το ενδεχόμενο μη εφαρμογής των διατάξεων των άρθρων 1 παρ. 1 του ν. 703/1977 και 81 παρ. 1 ΣυνθΕΚ υπό το πρίσμα de minimis, σύμφωνα με τις σχετικές Ανακοινώσεις[711], οι ανωτέρω διατάξεις δεν είναι εφαρμοστέες όταν οι υπό εξέταση συμφωνίες επηρεάζουν μόνο σε αμελητέο βαθμό τον ανταγωνισμό.

Θ.5.2. Ομαδική απαλλαγή βάσει του Καν. 2790/1999

380) Σύμφωνα με το άρθρο 2 παρ. 1 του Καν. 2790/1999[712], οι κάθετες συμφωνίες ορίζονται ως συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές που συνάπτονται μεταξύ δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων, κάθε μία από τις οποίες δραστηριοποιείται, για το σκοπό της συμφωνίας, σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής, και που αφορούν τις προϋποθέσεις υπό τις οποίες τα μέρη μπορούν να προμηθεύονται, να πωλούν ή να μεταπωλούν ορισμένα αγαθά ή υπηρεσίες[713]. Πιο συγκεκριμένα, ο ανωτέρω ορισμός περιλαμβάνει τρία στοιχεία[714]:

1. συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική μεταξύ δύο ή περισσοτέρων επιχειρήσεων, χωρίς να καλύπτονται οι κάθετες συμφωνίες με τελικούς καταναλωτές που δεν λειτουργούν ως επιχείρηση,

2. η συμφωνία ή εναρμονισμένη πρακτική υπάρχει μεταξύ επιχειρήσεων κάθε μία από τις οποίες δραστηριοποιείται, για το σκοπό της συμφωνίας, σε διαφορετικό επίπεδο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής, χωρίς να αποκλείεται το ενδεχόμενο να δραστηριοποιείται μία επιχείρηση σε περισσότερα του ενός στάδια της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής,

3. οι συμφωνίες ή οι εναρμονισμένες πρακτικές αφορούν στους όρους βάσει των οποίων τα μέρη της συμφωνίας, ο προμηθευτής και ο αγοραστής, μπορούν να προμηθεύονται, να πωλούν ή να μεταπωλούν ορισμένα αγαθά ή υπηρεσίες. Σκοπός του Κανονισμού Απαλλαγής κατά κατηγορίες είναι να καλύπτονται οι συμφωνίες προμήθειας και διανομής.

381) Κύρια προϋπόθεση για την εφαρμογή της απαλλαγής που προβλέπεται από τον Κανονισμό 2790/1999 είναι το μερίδιο αγοράς του προμηθευτή να μην υπερβαίνει το 30% της σχετικής αγοράς[715]. Στη σχετική αγορά χονδρικής πώλησης των καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής[716], στην πλειοψηφία τους, τα μερίδια

[707] Βλ. ενδεικτικά σελ. 57 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, όπου ο συνήγορος της NOTOS COM αναφέρεται σε «αθέμιτο πόλεμο τιμών, με την έννοια του αθέμιτου ανταγωνισμού». Βλ. επίσης ενδεικτικά σελ. 101-103 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, για τις απόψεις ΣΑΡΑΝΤΗ και ESTEE LAUDER. Βλ. επίσης ενδεικτικά σελ. 56 και σελ. 65 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, για τις απόψεις ΣΑΡΑΝΤΗ και ESTEE LAUDER.

[708] Πρβλ. Δ. Τζουγανάτο, Οι συμφωνίες αποκλειστικής και επιλεκτικής διανομής στο δίκαιο του ανταγωνισμού (ελεύθερου και αθέμιτου), Νομική Βιβλιοθήκη 2001, σελ. 196-197.

[709] Κανονισμός (ΕΚ) αριθ.2790/1999 της Επιτροπής, της 22ας Δεκεμβρίου 1999, για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3 της συνθήκης σε ορισμένες κατηγορίες κάθετων συμφωνιών και εναρμονισμένων πρακτικών, ΕΕ 1999, L 148, σ.1.

[710] Δαγτόγλου Π.Δ., Ευρωπαϊκό Κοινοτικό Δίκαιο ΙΙ, Ουσιαστικό Δίκαιο, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα, 1998, σ.256-257.

[711] Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής για τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας, ΕΕ 2001,C 368,σελ.13, Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας, ΕΕ 2014, C 291, σελ.1, Ανακοίνωση ΕΑ της 2.3.2006 «Σχετικά με τις συμφωνίες ήσσονος σημασίας οι οποίες δεν περιορίζουν σημαντικά τον ανταγωνισμό σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 1 του νόμου 703/1977 όπως ισχύει (de minimis)».

[712] Ό.π.

[713] Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ 2000, C 291, σ.1, παρ. 23.

[714] Ανακοίνωση της Επιτροπής-Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ό.π., παρ. 24.

[715] Σύμφωνα με το άρθρο 3 του Κανονισμού 2790/1999, ό.π.: «1. Με την επιφύλαξη της παραγράφου 2 του παρόντος άρθρου, η απαλλαγή που προβλέπεται από το άρθρο 2 εφαρμόζεται υπό τον όρο ότι το μερίδιο αγοράς που διαθέτει ο προμηθευτής δεν υπερβαίνει το 30% της σχετικής αγοράς στην οποία πωλεί τα αγαθά ή τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση. 2. Στην περίπτωση κάθετων συμφωνιών που περιέχουν υποχρεώσεις αποκλειστικής διάθεσης, η απαλλαγή που προβλέπεται στο άρθρο 2 εφαρμόζεται υπό τον όρο ότι το μερίδιο αγοράς που διαθέτει ο αγοραστής δεν υπερβαίνει το 30% στην σχετική αγορά στην οποία προμηθεύεται τα αγαθά η τις υπηρεσίες που αναφέρονται στη σύμβαση».

Ανακοίνωση της Επιτροπής - Κατευθυντήριες γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ 2000, C 291, σ.1, παρ.21.

[716] Ανωτέρω υπό παρ. 120) (ΣΤ.2.1. Μέγεθος και μερίδια αγοράς, βαθμός συγκέντρωσης), όπου παρατίθενται τα μερίδια αγοράς εταιριών αγοράς χονδρικής. Σημειώνεται ότι μόνο για την ESTEE LAUDER διαπιστώνεται μικρή υπέρβαση του 30% με ανοδική τάση για τα έτη από 2010 έως και 2013 (31,16% για το 2010, 32,96% για το 2011, 33,26% για το 2012, 36,33% για το 2013).

αγοράς των εμπλεκομένων μερών (ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM) δεν υπερβαίνουν το ως άνω ποσοστό του 30%, με αποτέλεσμα να απαιτείται η εξέταση των λοιπών ουσιαστικών προϋποθέσεων που θέτει ο Κανονισμός 2790/1999 για την παροχή απαλλαγής[717]. Οι υπό εξέταση συμφωνίες, όπως περιγράφονται ανωτέρω[718], εξετάζονται υπό το πρίσμα των διατάξεων του Κανονισμού 2790/1999, ο οποίος βασίζεται στη λεγόμενη προσέγγιση της «μαύρης ρήτρας», απαλλάσσοντας το σύνολο των συμφωνιών που δεν περιέχουν τις «μαύρες ρήτρες» που αναφέρει[719]. Ο καθορισμός των τιμών (συμπεριλαμβανομένου και του καθορισμού του ανώτατου επιπέδου έκπτωσης[720]) αποτελεί καταρχάς περιορισμό - «μαύρη ρήτρα» (blacklisted restriction), υπό την έννοια του άρθρου 4 του Κανονισμού 2790/1999, το οποίο αναφέρει τους περιορισμούς που αξιολογούνται ως εξαιρετικά αντι-ανταγωνιστικοί και έχουν ως αποτέλεσμα την εξαίρεση όλης της συμφωνίας από την εφαρμογή του εν λόγω Κανονισμού.

382) Συνεπώς, προκύπτει αβίαστα το συμπέρασμα ότι οι υπό εξέταση συμφωνίες, οι οποίες αφορούν σε πρακτικές που περιορίζουν τον ανταγωνισμό ως προς τις τιμές, εμπίπτουν στον περιορισμό - «μαύρη ρήτρα» (blacklisted restriction) του Κανονισμού 2790/1999, με αποτέλεσμα να τεκμαίρονται παράνομες και να καθίσταται αδύνατη η εφαρμογή των ευνοϊκών διατάξεων περί απαλλαγής του εν λόγω Κανονισμού. Μάλιστα, υπογραμμίζεται, ότι στην εξεταζόμενη περίπτωση οι συγκεκριμένοι εντοπισθέντες περιορισμοί δεν έχουν μόνο ως αντικείμενο, αλλά και ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού.

Θ.5.3. Ατομική απαλλαγή

Θ.5.3.1. Ατομική απαλλαγή βάσει του άρθρου 1 παρ.3 ν. 703/1977

383) Σύμφωνα με το άρθρο 21 του ν. 703/1977 (όπως ίσχυε), η χορήγηση απαλλαγής σε ατομική βάση (βάσει του άρθρου 1 παρ.3 του ν. 703/1977) για συμφωνίες προϋποθέτει γνωστοποίηση της συμφωνίας από τις συμπράττουσες επιχειρήσεις μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από τη σύναψη, λήψη ή τέλεσή τους. Το άρθρο 21 τροποποιήθηκε με το άρθρο 34 του ν. 3373/2005 και, σύμφωνα με το άρθρο 37 του ν. 703/1977, ισχύει από 2.8.2005 (οπότε και δημοσιεύθηκε στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως ο ν. 3373/2005). Το άρθρο 21 παρ.3 και 4 του ν. 703/1977 (όπως ίσχυε πριν τη τροποποίηση του από το άρθρο 34 του ν. 3373/2005) προέβλεπε μεν ότι δεν υφίσταται υποχρέωση γνωστοποίησης των κάθετων συμφωνιών (παρ. 3), απαιτούσε όμως γνωστοποίηση τους στην ΕΑ, προκειμένου να χορηγηθεί εξαίρεση σύμφωνα με το άρθρο 1 παρ. 3 ν. 703/1977 (παρ. 4).

384) Κατά συνέπεια, για τις συμφωνίες που έχουν πριν την 2.8.2005, η παράλειψη γνωστοποίησης τους συνεπάγεται οριστική αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3 ν. 703/1977. Για τις συναφθείσες εκείνες μετά την 2.8.2005, η παράλειψη γνωστοποίησης συνεπάγεται εις βάρος καθεμιάς εκ των επιχειρήσεων, οι οποίες συμπράττουν και παρέλειψαν τη γνωστοποίηση αφενός μεν οριστική αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3 ν. 703/1977, αφετέρου δε και επιβολή προστίμου λόγω μη γνωστοποίησης[721].

385) Όπως αναφέρθηκε[722], με την έναρξη ισχύος του ν. 3959/2011 (20.4.2011) καταργήθηκε ο ν. 703/1977, συμπεριλαμβανομένου του άρθρου 21[723], το οποίο

[717] Ανωτέρω υπό παρ. 380). Βλ. επίσης Whish R. & Bailey D., Competition Law, 7th ed, Oxford University Press, 2012, σ. 662.

[718] Ανωτέρω υπό παρ. 326).

[719] Whish R., Competition Law, Oxford University Press, 5th ed., 2005, p. 619, όπου σχολιάζεται ότι αν ο Κανονισμός (ενν.2790/99) δεν απαγορεύει κάτι, τότε αυτό επιτρέπεται, ως συνέπεια μη ύπαρξης «λευκής λίστας», αλλά ύπαρξης μόνο μιας «μαύρης λίστας». Σύμφωνα με την παρ. 10 του Προοιμίου του Καν. 2790/1999, «10. Ο παρών κανονισμός δεν πρέπει να απαλλάσσει κάθετες συμφωνίες περιλαμβάνοντας περιορισμούς που δεν είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των θετικών αποτελεσμάτων που αναφέρθηκαν ανωτέρω· ιδίως κάθετες συμφωνίες που περιλαμβάνουν ορισμένες κατηγορίες σοβαρά επιζήμιων περιορισμών για τον ανταγωνισμό, όπως η επιβολή ελάχιστων και πάγιων τιμών μεταπώλησης καθώς και ορισμένα είδη εδαφικής προστασίας, πρέπει να αποκλειστούν από το ευεργέτημα απαλλαγής κατά κατηγορία που εισάγεται με τον παρόντα κανονισμό, ανεξάρτητα από το μερίδιο αγοράς των σχετικών επιχειρήσεων.»

[720] Βλ. σχετικά Ανακοίνωση Επιτροπής για τους κάθετους περιορισμούς, ΕΕ 2000, C291, σελ.1, παρ. 47.

[721] Επισημαίνεται δε ότι η ΕΑ με την από 3/1/2006 Ανακοίνωσή της ανέφερε ότι «Η Επιτροπή Ανταγωνισμού, σχετικά με την εφαρμογή των παρ. 11 και 12 του άρθρου 33 του ν. 3373/2005, ανακοινώνει ότι θα θεωρήσει ως προσήκουσες και σύννομες τις γνωστοποιήσεις που θα γίνουν προς την Γενική Διεύθυνση Ανταγωνισμού κάθετων συμφωνιών ή εναρμονισμένων πρακτικών, οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 1 παρ. 24 του νόμου 2837/2000, είχαν καταρτισθεί ή συναφθεί προ της 2.8.2005 (ημερομηνία ισχύος του ν. 3373/2005), και εξακολουθούν να διατηρούνται σε ισχύ».

[722] Ανωτέρω υπό παρ. 275) επ.

[723] Σύμφωνα με το άρθρο 21 του ν. 703/1977 «Γνωστοποιήσεις συμπράξεων» (τροποποιήθηκε με το άρθρο 10 του ν. 1934/1991 και το άρθρο 25 του ν. 2000/1991 και αντικαταστάθηκε από το άρθρο 5 παρ. 2 του ν. 2296/1995. Συμπληρώθηκε με τα άρθρα 1 παρ. 24 του ν. 2837/2000 και 26 και 34 του ν. 3373/2005), προβλέπεται ότι: «1. Οι προβλεπόμενες στο άρθρο 1 παρ. 1 συμφωνίες, αποφάσεις και περιπτώσεις εναρμονισμένης πρακτικής πρέπει να γνωστοποιούνται από τις συμπράττουσες επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων στην Επιτροπή Ανταγωνισμού μέσα σε τριάντα (30) ημέρες από τη σύναψη, λήψη ή τέλεσή τους. 2. Παράλειψη της γνωστοποίησης συνεπάγεται εις βάρος της καθεμίας των επιχειρήσεων ή ενώσεων επιχειρήσεων, οι οποίες συμπράττουν και παρέλειψαν τη γνωστοποίηση: α) οριστική αδυναμία εφαρμογής του άρθρου 1 παρ. 3, β) επιβολή προστίμου ύψους τουλάχιστον δεκαπέντε χιλιάδες (15.000) ευρώ μέχρι δέκα τοις εκατό (10%) των ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης της τρέχουσας ή προηγούμενης της παράβασης χρήσης.»

Οι παρ. 3 και 4 του ίδιου άρθρου οι οποίες είχαν προστεθεί με το άρθρο 1 παρ. 24 του ν. 2837/2000 καταργήθηκαν από το άρθρο 34 του ν. 3373/2005. Πριν την κατάργησή τους το κείμενο του άρθρου είχε ως εξής: «3. Η υποχρέωση γνωστοποίησης της παραγράφου 1 δεν ισχύει για συμφωνίες και εναρμονισμένες πρακτικές, όταν: α. αυτές οι συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές συνάπτονται μεταξύ δύο ή περισσότερων επιχειρήσεων, για καθεμία από τις οποίες δραστηριοποιείται για τους σκοπούς της συμφωνίας σε διαφορετικό στάδιο της αλυσίδας παραγωγής ή διανομής και αφορούν τους όρους, με τους οποίους τα μέρη προμηθεύονται ή πωλούν ορισμένα προϊόντα και υπηρεσίες, β. συμμετέχουν μόνο δύο επιχειρήσεις και οι συμφωνίες αυτές απλώς επιβάλλουν στον αποκτώντα ή στον χρήστη δικαιωμάτων βιομηχανικές ιδιοκτησίας ή στον εκ συμβάσεως εκδοχέα ή δικαιούχο άδειας εκμετάλλευσης μεθόδων κατασκευής ή γνώσεων σχετικών με τη χρησιμοποίηση

προέβλεπε την υποχρέωση γνωστοποίησης συμπράξεων επιχειρήσεων ή ενώσεων επιχειρήσεων, ενώ το νέο νομοθετικό πλαίσιο δεν περιλαμβάνει αντίστοιχη πρόβλεψη[724]. Σύμφωνα με το σκεπτικό που εκτέθηκε ανωτέρω[725], εφαρμοστέες είναι οι διατάξεις ουσιαστικού δικαίου, οι οποίες ίσχυαν κατά το χρόνο επέλευσης των γεγονότων που συνιστούν την παράβαση, ανεξάρτητα από το χρόνο εφαρμογής των σχετικών διατάξεων. Έτσι, κάθε συμπεριφορά που έλαβε χώρα μέχρι την 20.4.2011 και η οποία πιθανολογείται ότι πληροί τις προϋποθέσεις εφαρμογής των διατάξεων του ν. 703/1977, αξιολογείται βάσει των διατάξεων του ίδιου νόμου. Συνεπώς, στα πραγματικά περιστατικά της παρούσας υπόθεσης, τα οποία εμπίπτουν στο πεδίο εφαρμογής των διατάξεων του ν. 703/1977, εφαρμόζονται οι ουσιαστικού δικαίου κανόνες των ως άνω διατάξεων.

386) Αναφορικά με την παράλειψη γνωστοποίησης των συμβάσεων που έχουν συναφθεί μετά την 02.08.2005 εντός της προβλεπόμενης προθεσμίας που συνεπάγεται την επιβολή προστίμου σύμφωνα με το άρθρο 21 του ν. 703/1977, επισημαίνεται ότι στις διατάξεις του ν. 3959/2011 δεν περιλαμβάνεται καμία ρύθμιση για την αντιμετώπιση των ανωτέρω αναφερόμενων περιπτώσεων γνωστοποιήσεων. Οι προβλεπόμενες στο άρθρο 21 του ν. 703/1977 ρυθμίσεις απαλείφθηκαν στο σύνολο της ελληνικής νομοθεσίας και δεν εμφανίζονται σήμερα σε οποιοδήποτε νομοθετικό κείμενο. Υπογραμμίζεται ότι έχει κριθεί ότι η μη εφαρμογή μεταγενέστερης ευνοϊκότερης διάταξης με βάση την οποία καταλογίζεται λιγότερο επιβαρυντική ποινή από αυτήν που καθορίζονταν από διάταξη που ίσχυε κατά το χρόνο της τέλεσης της παράβασης συνιστά παραβίαση του άρθρου 7 της Ευρωπαϊκής Σύμβασης των Δικαιωμάτων του Ανθρώπου (ΕΣΔΑ)[726]. Συνεπώς, καθίσταται σαφές ότι μετά την κατάργηση του άρθρου 21 του ν. 703/1977, δεν υφίσταται το νομικό έρεισμα για τον καταλογισμό παράβασης παράλειψης γνωστοποίησης.

Θ.5.3.2. Ατομική απαλλαγή βάσει του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ

387) Η χορήγηση εξαίρεσης σε ατομική βάση για συμφωνίες που περιέχουν τέτοιους περιορισμούς (σύμφωνα με το άρθρο 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ) προϋποθέτει μόνο συνδρομή των ουσιαστικών προϋποθέσεων της εν λόγω διάταξης[727]. Συγκεκριμένα, σύμφωνα με το άρθρο 3 παρ.2 του Κανονισμού 1/2003, η εφαρμογή της εθνικής νομοθεσίας ανταγωνισμού δεν μπορεί να έχει ως αποτέλεσμα την απαγόρευση συμφωνιών, οι οποίες μπορούν να επηρεάσουν το εμπόριο μεταξύ των κρατών μελών, αλλά δεν περιορίζουν τον ανταγωνισμό κατά την έννοια του άρθρου 81 παρ.1 της Συνθήκης ή οι οποίες πληρούν τις προϋποθέσεις του άρθρου 81 παρ.3 της Συνθήκης[728].

388) Κατά την εκτίμηση της συνδρομής ή μη των προϋποθέσεων της εξαίρεσης της παραγράφου 3 του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ, και ιδίως για την εφαρμογή της τελευταίας των προϋποθέσεων, πρέπει να λαμβάνεται υπόψη η σχέση ανάμεσα στην ανωτέρω διάταξη με το άρθρο 82 ΣυνθΕΚ[729].

389) Σε περίπτωση εξέτασης μίας συμφωνίας σε ατομική βάση από την Επιτροπή, η τελευταία φέρει το βάρος απόδειξης ότι η εν λόγω συμφωνία παραβιάζει το άρθρο 81 ΣυνθΕΚ. Εφόσον αποδειχθεί ότι η εν λόγω συμφωνία έχει αρνητικά αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό, η επιχείρηση που επικαλείται το ευεργέτημα της εξαίρεσης φέρει το βάρος απόδειξης ότι πληρούνται οι προϋποθέσεις του άρθρου 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ[730]. Για την αξιολόγηση της πλήρωσης ή μη των προϋποθέσεων του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ, σημαντική είναι η διάκριση ανάμεσα στους περιορισμούς που έχουν ως αντικείμενο και σε εκείνους που έχουν ως αποτέλεσμα τον περιορισμό του ανταγωνισμού[731]. Αν μια συμφωνία δεν έχει ως αντικείμενο τον περιορισμό του ανταγωνισμού πρέπει να εξε-

και εφαρμογή βιομηχανικής τεχνικής, περιορισμούς στην άσκηση των δικαιωμάτων αυτών. 4. Η δυνατότητα χορήγησης απαλλαγής κατά το άρθρο 1 παρ. 3 σε συμφωνίες ή εναρμονισμένες πρακτικές της προηγούμενης παραγράφου προϋποθέτει γνωστοποίηση τους στην Επιτροπή Ανταγωνισμού. Ο χρόνος έναρξης της κατ’ άρθρο 1 παρ. 3 απόφασης μπορεί να είναι προγενέστερος του χρόνου γνωστοποίησης των συμφωνιών ή εναρμονισμένων πρακτικών αυτών».

724 Επίσης, σημειώνεται ότι στις μεταβατικές διατάξεις του ν. 3959/2011 δεν περιλαμβάνεται καμία ρύθμιση για την αντιμετώπιση των περιπτώσεων γνωστοποιήσεων βάσει του άρθρου 21 του ν. 703/1977.

725 Ανωτέρω υπό παρ. 275)επ.

726 ΕΔΔΑ Απόφαση της 17.09.2009, Scoppola v.Italy, (διαθέσιμη στην ιστοσελίδα του ΕΔΔΑ: http://hudoc.echr.coe.int/sites/fra/pages/search.aspx?i=001-94135#{%22itemid%22:[%22001-94135%22]}) σκ. 109.

727 Σημειώνεται ότι ο Κανονισμός 1/2003, με τον οποίο καταργήθηκε η υποχρέωση γνωστοποίησης για τη χορήγηση απαλλαγής βάσει του άρθρου 81 παρ.3, ισχύει από 1.5.2004.

728 Εξαντλητικά για το ζήτημα, βλέπε αντί πολλών Σουφλερός Η., Ο Κανονισμός 1/2003. Για την εφαρμογή των κανόνων Ανταγωνισμού της ΕΕ (Άρθρα 101 & 102 ΣΛΕΕ), 2015, σελ. 73επ. με πληθώρα εκτενών παραπομπών σε σχετική νομολογία και βιβλιογραφία.

729 Van Bael & Bellis, Competition Law of the European Community, 5th ed. Wolters Kluwer, 2010, p.72, Κατευθυντήριες για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ΕΕ 2004, C 101, σ. 97, παρ. 106. Η εφαρμογή του 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ δεν μπορεί να εμποδίσει την εφαρμογή των διατάξεων για την κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Επιπλέον, δεδομένου ότι τόσο το άρθρο 81 ΣυνθΕΚ όσο και το άρθρο 82 ΣυνθΕΚ επιδιώκουν τη διατήρηση του αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην αγορά για λόγους συνέπειας, το άρθρο 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ πρέπει να ερμηνεύεται κατά την έννοια ότι αποκλείει κάθε εφαρμογή του κανόνα εξαίρεσης σε περιοριστικές συμφωνίες που αποτελούν κατάχρηση δεσπόζουσας θέσης. Παρομοίως, όταν διαπιστώνονται δυσμενή αποτελέσματα για τον ανταγωνισμό, το ερώτημα μιας πιθανής απαλλαγής βάσει του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ τίθεται εφόσον ο προμηθευτής δεν κατέχει δεσπόζουσα θέση. Επομένως, η υπαγωγή της εξεταζόμενης πρακτικής στα άρθρα 2 του ν. 703/1977 και 82 ΣυνθΕΚ ουσιαστικά αποκλείει στην πράξη και τη δυνατότητα ατομικής εξαίρεσής της.

730 Βλ. σχετικά άρθρο 2 του Κανονισμού 1/2003 και Κατευθυντήριες για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ΕΕ 2004, C 101, σ.97, παρ.41, Κατευθυντήριες Γραμμές για τους κάθετους περιορισμούς, ο.π., παρ.62. Βλ.Σουφλερός Η., Ο Κανονισμός 1/2003, ό.π., σελ. 55 επ. με εκτενείς παραπομπές σε σχετική νομολογία και βιβλιογραφία.

731 Κατευθυντήριες για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ό.π., παρ.20, 21,24. Στην περίπτωση των εξ αντικειμένου περιορισμών του ανταγωνισμού, είναι περιττό να ληφθούν υπόψη οι συγκεκριμένες επιπτώσεις της συμφωνίας, καθώς από τη φύση τους είναι ικανές να περιορίσουν τον ανταγωνισμό. Στην περίπτωση των περιορισμών εκ του αποτελέσματος και ειδικά όταν δεν ανιχνεύονται εξ αντικειμένου περιορισμοί του ανταγωνισμού πρέπει να εξεταστούν οι πραγματικές, αλλά και οι δυνητικές επιπτώσεις στον ανταγωνισμό της υπό εξέταση συμφωνίας. Βλέπε ενδεικτικά C-49/92 P, Anic Partecipazioni, Συλλ. 1999, σελ.I-4125, σκ. 99.

τασθεί μήπως έχει αποτελέσματα που περιορίζουν τον ανταγωνισμό, λαμβάνοντας υπόψη τόσο τις πραγματικές όσο και τις δυνητικές επιπτώσεις της[732]. Αυτό σημαίνει ότι η συμφωνία πρέπει να έχει πιθανές αντι-ανταγωνιστικές επιπτώσεις. Στην περίπτωση αυτή, δεν υπάρχει κανένα τεκμήριο αντι-ανταγωνιστικών επιπτώσεων. Για να θεωρηθεί μια συμφωνία ότι έχει αποτελέσματα που περιορίζουν τον ανταγωνισμό, πρέπει να επηρεάζει τον πραγματικό ή δυνητικό ανταγωνισμό σε τέτοιο βαθμό ώστε να μπορούν να ευλόγως να αναμένονται αρνητικές επιπτώσεις στην σχετική αγορά όσον αφορά τις τιμές, την παραγωγή, την καινοτομία ή την ποικιλία ή την ποιότητα των προϊόντων και υπηρεσιών.

390) Η εφαρμογή της εξαίρεσης του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ, υπόκειται σε τέσσερις σωρευτικές[733] προϋποθέσεις, δύο θετικές και δύο αρνητικές:

1. η συμφωνία πρέπει να συμβάλλει στη βελτίωση της παραγωγής ή της διανομής των προϊόντων ή στην προώθηση της τεχνικής ή οικονομικής προόδου[734],

2. πρέπει να εξασφαλίζει στους καταναλωτές δίκαιο τίμημα από το όφελος που προκύπτει[735],

3. οι περιορισμοί πρέπει να είναι απαραίτητοι για την επίτευξη των στόχων αυτών[736], και τέλος

4. η συμφωνία δεν πρέπει να παρέχει στα μέρη τη δυνατότητα κατάργησης του ανταγωνισμού επί σημαντικού τμήματος των σχετικών προϊόντων[737].

[732] C-7/95 P, John Deere, Συλλ. 1998, σελ. I-3111, σκ. 77.

[733] Ό.π., παρ. 42.

[734] Ό.π. παρ. 50, σύμφωνα με την οποία σκοπός της πρώτης προϋπόθεσης του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ είναι να οριστούν οι μορφές βελτίωσης της αποτελεσματικότητας, για να διαπιστωθούν τα αντικειμενικά οφέλη που προκύπτουν από τη συμφωνία και το οικονομικό μέγεθος της εν λόγω βελτίωσης της αποτελεσματικότητας. Για να στοιχειοθετηθεί ο ισχυρισμός για τη βελτίωση της αποτελεσματικότητας, πρέπει να μπορούν να διαπιστωθούν τα ακόλουθα: α) η φύση της επικαλούμενης βελτίωσης της αποτελεσματικότητας, β) ο αιτιώδης σύνδεσμος μεταξύ της συμφωνίας και της βελτίωσης της αποτελεσματικότητας, γ) η πιθανότητα και το μέγεθος κάθε επικαλούμενης βελτίωσης της αποτελεσματικότητας, δ) πως και πότε θα επιτευχθεί κάθε βελτίωση της αποτελεσματικότητας

[735] Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ό.π., παρ. 86, 87 «Δεν είναι υποχρεωτικό οι καταναλωτές να εξασφαλίζουν δίκαιο τμήμα από κάθε βελτίωση της αποτελεσματικότητας που διαπιστώνεται στο πλαίσιο της πρώτης προϋπόθεσης. Αρκεί να αποκομίζουν επαρκή οφέλη ώστε να αντισταθμίσουν τις αρνητικές επιπτώσεις της περιοριστικής συμφωνίας, οπότε εξασφαλίζεται στους καταναλωτές δίκαιο τμήμα από το συνολικό όφελος. Αποφασιστικός παράγοντας είναι οι συνολικές επιπτώσεις για τους καταναλωτές των προϊόντων στη σχετική αγορά».

[736] T-111/08, Mastercard κ.α. κατά Επιτροπής, Συλλ.2012, αδημ. (διαθέσιμη μόνο ηλεκτρονικά: http://curia.europa.eu/juris/document/document.jsf?text=&docid=123081&pageIndex=0&doclang=EL&mode=req&dir=&occ=first&part=1&cid=611560), σκ. 79, 80, 89. Βλέπε επίσης Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ό.π., παρ. 73, σύμφωνα με την οποία η εν λόγω προϋπόθεση συνεπάγεται την εφαρμογή ενός διττού κριτηρίου. Πρώτον, η περιοριστική συμφωνία αυτή καθεαυτή πρέπει να είναι ευλόγως αναγκαία για την επίτευξη της βελτίωσης της αποτελεσματικότητας. Δεύτερον, οι μεμονωμένοι περιορισμοί του ανταγωνισμού που απορρέουν από τη συμφωνία πρέπει επίσης να είναι εύλογα αναγκαίοι για την επίτευξη της βελτίωσης της αποτελεσματικότητας.

[737] Βλ. Κατευθυντήριες για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ό.π., *παρ. 105 επ.*

391) Οι τέσσερις προϋποθέσεις χορήγησης εξαίρεσης, βάσει του άρθρου 81 παρ. 3 ΣυνθΕΚ, απαιτείται να συντρέχουν σωρευτικά. Συνεπώς, αρκεί μία μόνο από τις προϋποθέσεις αυτές να μην πληρούται, για να μην χορηγηθεί εξαίρεση[738]. Επίσης, αν δεν συντρέχει μια από τις προϋποθέσεις η αρχή ανταγωνισμού δεν είναι υποχρεωμένη να εξετάσει αν συντρέχουν οι υπόλοιπες[739]. Παράλληλα, επισημαίνεται ότι οι εν λόγω προϋποθέσεις είναι εξαντλητικές. Εφόσον οι τέσσερις προϋποθέσεις πληρούνται, η απαλλαγή ισχύει και δεν μπορεί να εξαρτηθεί από καμία άλλη προϋπόθεση[740].

392) Οι ιδιαίτερα σοβαροί περιορισμοί (π.χ. ο καθορισμός τιμών) κατά κανόνα απαγορεύονται (μαύρη λίστα) διότι δεν πληρούν τις δύο πρώτες προϋποθέσεις του άρθρου 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ. Δεν δημιουργούν αντικειμενικά οικονομικά πλεονεκτήματα ούτε προσπορίζουν οφέλη στους καταναλωτές. Επιπλέον, αυτά τα είδη συμφωνιών δεν πληρούν κατά κανόνα το κριτήριο του απαραίτητου χαρακτήρα της τρίτης προϋπόθεσης[741]. Σημειώνεται ότι και η τελευταία προϋπόθεση της εξαίρεσης που προβλέπει το άρθρο 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ δεν πληρούται αν η συμφωνία καταργεί τον ανταγωνισμό σε μία από τις σημαντικότερες εκφράσεις του και ιδίως σε περίπτωση κατάργησης του ανταγωνισμού όσον αφορά τις τιμές[742].

393) Με βάση τα ανωτέρω συνάγεται ότι, λόγω του ιδιαίτερα σοβαρού χαρακτήρα των αντι-ανταγωνιστικών οριζοντίων συμπράξεων η ύπαρξη των οποίων διαπιστώθηκε ανωτέρω, οι οποίες μάλιστα διαγνώστηκε ότι εφαρμόστηκαν και στην πράξη τελικά με προφανείς δυσμενείς συνέπειες για τον καταναλωτή, οι οποίες συνέπειες συνίστανται κυρίως είτε στην αδυναμία εύρεσης προϊόντων με μεγαλύτερη έκπτωση είτε στην ανυπαρξία ποικιλίας τιμών για προϊόντα του ίδιου σήματος σε διαφορετικά καταστήματα/επιχειρήσεις, οι υπό εξέταση συμφωνίες δεν μπορούν να εξαιρεθούν, σύμφωνα με τα προβλεπόμενα στο άρθρο 81 παρ.3 ΣυνθΕΚ.

Θ.6. ΔΙΕΡΕΥΝΗΣΗ ΚΑΤΑΧΡΗΣΗΣ ΔΕΣΠΟΖΟΥΣΑΣ ΘΕΣΗΣ

Θ.6.1. Εισαγωγικές παρατηρήσεις

394) Σύμφωνα με τις διατάξεις του άρθρου 2 του ν. 703/1977 και του άρθρου 82 ΣυνθΕΚ, δεν απαγορεύεται η κατοχή ή η απόκτηση δεσπόζουσας θέσης, αλλά μόνο η καταχρηστική εκμετάλλευσή της[743].

395) Αν και η διαπίστωση της δεσπόζουσας θέσης δεν αποδίδει καμία μομφή στην οικεία επιχείρηση, η επιχείρηση αυτή εντούτοις φέρει ιδιαίτερη ευθύνη να μη βλάπτει με τη συμπεριφορά της την ύπαρξη πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην αγορά[744].

[738] C-137/95, SPO / Επιτροπή, Συλλ. 1996, σελ.I-1611. Βλ. Κατευθυντήριες για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ό.π., *παρ. 42.*

[739] C-137/95, ό.π. Βλ. Κατευθυντήριες για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3, ό.π., *παρ. 38.*

[740] Ο.π., παρ. 42.

[741] Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3 της Συνθήκης, ό.π., παρ.46, 79 και στη νομολογία που παραπέμπει.

[742] Βλ. Κατευθυντήριες Γραμμές για την εφαρμογή του άρθρου 81 παρ.3 της Συνθήκης, ό.π., παρ.110.

[743] ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 261, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 129.

[744] ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 158, 581/VII/2013, σκ. 262, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές: ΔΕΚ 322/81, Michelin κατά Επιτροπής,

396) Οι προϋποθέσεις εφαρμογής των ανωτέρω διατάξεων είναι: α) η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης στη σχετική αγορά και β) η καταχρηστική εκμετάλλευση της ως άνω δεσπόζουσας θέσης.

397) Σύμφωνα με τη NOTOS COM[745], οι πέντε καταγγελλόμενες επιχειρήσεις (εταιρίες χονδρικής πώλησης ESTEE LAUDER, 2.ΠΝΓ, 3. CHRISTIAN DIOR, 4. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, 5. L’OREAL) προβαίνουν σε συστηματική παράβαση του άρθρου 2 του ν. 703/1977, εκμεταλλευόμενες τη συλλογική δεσπόζουσα θέση τους, με τον ομοιόμορφο και ενιαίο καθορισμό της κατώτατης τιμής πώλησης από τα πολυκαταστήματα της NOTOS COM προς τους καταναλωτές των καλλυντικών προϊόντων και με την ταυτόχρονη και αδικαιολόγητη απόσυρση - ανάκληση των αισθητικών συμβούλων, με αποτέλεσμα να περιέλθει η καταγγέλλουσα σε μειονεκτική, έναντι των άλλων καταστημάτων λιανικής, θέση στον ανταγωνισμό αφού αυξήθηκε δραματικά το κόστος της.

Θ.6.2. Θεμελίωση δεσπόζουσας θέσης

398) Μία επιχείρηση έχει δεσπόζουσα θέση όταν κατέχει θέση οικονομικής ισχύος, που της δίνει τη δυνατότητα να εμποδίζει τη διατήρηση αποτελεσματικού ανταγωνισμού στην σχετική αγορά και της επιτρέπει να συμπεριφέρεται σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους ανταγωνιστές, τους πελάτες της και τελικά τους καταναλωτές[746]. Μια τέτοια θέση δεν αποκλείει την ύπαρξη ανταγωνισμού στην αγορά, αλλά δίνει στην επιχείρηση που την κατέχει τη δυνατότητα, αν όχι να αποφασίζει, τουλάχιστον να επηρεάζει σημαντικά τις συνθήκες υπό τις οποίες θα αναπτυχθεί αυτός ο ανταγωνισμός και, εν πάση περιπτώσει, τη δυνατότητα να συμπεριφέρεται σε ευρεία έκταση χωρίς να πρέπει να λάβει υπόψη τις συνθήκες αυτές και χωρίς να υφίσταται βλαπτικές συνέπειες λόγω της συμπεριφοράς αυτής[747]. Δεν έχει σημασία η υποκειμενική πρόθεση, ούτε η πραγματική παρακώλυση του ανταγωνισμού, αλλά η αντικειμενική δυνατότητα μιας τέτοιας παρακώλυσης[748].

399) Η ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης μπορεί να προκύπτει από πολλούς παράγοντες, οι οποίοι, εξεταζόμενοι μεμονωμένα, μπορεί να μην είναι αναγκαία καθοριστικοί, η συνδυαστική ανάλυσή τους ωστόσο μπορεί να οδηγήσει με ακρίβεια σε ασφαλέστερα συμπεράσματα αναφορικά με την ύπαρξη ή μη δεσπόζουσας θέσης. Σε αυτό το πλαίσιο, γίνεται δεκτό ότι η ύπαρξη μεγάλων μεριδίων αγοράς έχει ιδιαίτερη σημασία[749]. Πιο συγκεκριμένα, η διαπίστωση ατομικής δεσπόζουσας θέσης εξαρτάται από τους εξής παράγοντες[750]: α) μερίδιο αγοράς της επιχείρησης (40-50% ως επαρκή ένδειξη δεσπόζουσας θέσης), β) ποσοστό συμμετοχής άλλων ανταγωνιστών (π.χ. ισοδύναμοι ανταγωνιστές), γ) νομικά ή πραγματικά εμπόδια εισόδου άλλων ανταγωνιστών στη σχετική αγορά, δ) συναλλακτική πολιτική επιχείρησης. Για τη θεμελίωση ή μη της δεσπόζουσας θέσης μιας επιχείρησης, απαιτείται η συνεκτίμηση των ανωτέρω παραγόντων, οι οποίοι εάν θεωρηθούν αυτοτελώς δεν αποτελούν απαραίτητα ικανή προϋπόθεση για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης, αλλά όταν συνδυάζονται μεταξύ τους ενδεχομένως οδηγούν στη διαπίστωση ύπαρξής της[751]. Αν και υπάρχει η τάση να συνάγεται δεσπόζουσα θέση επί τη βάσει των υψηλών μεριδίων αγοράς, κάθε υπόθεση έχει ιδιαίτερα χαρακτηριστικά και ως εκ τούτου η εκτίμηση πρέπει να είναι συνολική, λαμβάνοντας όλες τις σχετικές παραμέτρους της υπόθεσης[752]. Η Ευρωπαϊκή Επιτροπή σημειώνει ότι δεν θα οδηγείται σε ένα τελικό συμπέρασμα για την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης βάσει μόνο των μεριδίων αγοράς, αλλά θα ερευνά όλα εκείνα τα στοιχεία των παραγόντων που ασκούν ανταγωνιστικό περιορισμό στην εν λόγω επιχείρηση[753]. Εντούτοις, στη νομολογία η ύπαρξη ή μη της δεσπόζουσας θέσης θεμελιώνεται συχνά μόνο σε αποδεικτικά στοιχεία, σχετικά με τα μερίδια αγοράς, υπό την προϋπόθεση ωστόσο –κατά κανόνα τουλάχιστον- ότι πρόκειται για ιδιαίτερα υψηλά μερίδια αγοράς[754]. Πιο συγκεκριμένα, έχει κριθεί ότι τα μερίδια αγοράς της τάξης 70-90% είναι τόσο υψηλά που αποδεικνύουν την ύπαρξη δεσπόζουσας θέσης[755] και δεν απαιτούνται περαιτέρω αποδεικτικά στοιχεία για τη διαπίστωση δεσπόζουσας θέσης[756]. Η κατοχή ιδιαίτε-

Συλλ. 1983, σελ. 3461, σκ.70, ΠΕΚ Τ-65/89, BPB Industries Plc & British Gypsum Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 1993, σελ. ΙΙ-389, σκ. 67, Τ-83/91, Tetra Pak κατά Επιτροπής (Tetra Pak II), Συλλ. 1994, σελ. ΙΙ-755, σκ. 113-114, Τ-219/99, British Airways plc κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, σελ. ΙΙ-5917, σκ. 242, Τ-201/04, Microsoft κατά Επιτροπής, Συλλ. 2007, σελ. ΙΙ-3601, σκ. 229.

[745] Ανωτέρω υπό παρ. 2)0 επ., αναφορικέ με την πρώτη καταγγελία της NOTOS COM.

[746] ΔΕΚ 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, Συλλ (Ελλ.Ειδ.Έκδοση) 1978, σ. 207, σκ. 65, 85/76, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, Συλλ (Ελλ.Ειδ.Έκδοση) 1979, σελ. Ι-215, σκ.38. ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 261 (με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές).

[747] 27/76, ο.π., σκ. 113, ΔΕΚ 85/76, ο.π., σκ. 39, Τ- 395/94 Atlantic Container Line κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002 σελ. ΙΙ-875, σκ. 330.

[748] ΔΕΚ 78/70, Deutsche Grammophon, Συλλ. 1971, σελ. 487, 6/72, Continental Can, Συλλ. 1973, σελ. 313.

[749] ΔΕΚ 85/76, ο.π., σκ. 38 επ.

[750] Bellamy & Child, European Union Law of Competition, Oxford University Press, 2013, p. 762-3

[751] Κομνηνός Α., Λιανός Ι. σε Τζουγανάτο Δ., Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Νομ.Βιβλιοθήκη, 2013, σ. 501, με παραπομπή σε σχετική νομολογία.

[752] Ο.π.

[753] Ο.π., σ. 505. Βλ. επίσης Ανακοίνωση ΕΕπ.-Κατευθύνσεις σχετικά με τις προτεραιότητες της ΕΕπ. κατά τον έλεγχο της εφαρμογής του άρθρου 82 της ΣυνθΕΚ σε καταχρηστικές συμπεριφορές αποκλεισμού που υιοθετούν δεσπόζουσες επιχειρήσεις, ΕΕ 2009, C 45, σ.7, παρ. 13 & 15.

[754] Κομνηνός Α., Λιανός Ι., ο.π. σ. 506, με παραπομπή σε σχετική βιβλιογραφία για διεξοδικότερη ανάλυση και νομολογία. Βλ. επίσης, ΕΑ 520/VI/2011, σκ. 144.

[755] 85/76, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, Συλλ. (Ειδ.Ελλ. Έκδοση) 1979, σ. Ι-215, σκ. 59.

[756] Τ-30/89, Hilti κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991, σ. ΙΙ-1439, σκ.92. Βλ. Επίσης 85/76, ό.π., σκ. 41& 56, C-62/86, AKZO Chemie BV κατά Επιτροπής, Συλλ. Ι-3439, σκ. 60, Τ-340/03, France Télécom SA κατά Επιτροπής, Συλλ. ΙΙ-107, σκ. 100 & 103, συνεκδ. Τ-191/98, Τ-212/98 έως Τ-214/98, Atlantic Container Line AB κ.λπ. κατά Επιτροπής, σκ. 907, Τ-30/89, Hilti κατά Επιτροπής, Συλλ. 1991 σ. ΙΙ-14139 σκ. 89, συνεκδ. Τ-24/93, Τ-25/93, Τ-26/93 &Τ-28/93, Compagnie maritime belge transports SA και Compagnie maritime belge SA, Dafra-Lines A/S, Deutsche Afrika-Linien GmbH & Co. και Nedlloyd Lijnen BV κατά Επιτροπής, Συλλ. ΙΙ-01201, σκ. 76.

Βλ. και απόφαση ΔΕφΑθ 2265/2010 (Nestle) παρ. 30, όπου έγινε δεκτό ότι «τμήμα της αγοράς ανώτερο του 50% αποτελεί καθεαυτό απόδειξη της υπάρξεως δεσπόζουσας θέσης». Ομοίως και απόφαση ΕΑ 590/2014, σκ. 302, ΕΑ 520/VI/2011 (Tasty) παρ. 144 με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές.

ρα σημαντικού μεριδίου αγοράς θέτει την επιχείρηση που κατέχει το μερίδιο αυτό για συγκεκριμένη περίοδο σε θέση ισχύος που την καθιστά αναγκαστικό συμβαλλόμενο και, ήδη και για το λόγο αυτό, της εξασφαλίζει για τη διάρκεια αυτών των περιόδων την ανεξαρτησία συμπεριφοράς έναντι των ανταγωνιστών, των πελατών της και τελικά των καταναλωτών[757] που χαρακτηρίζει τη δεσπόζουσα επιχείρηση[758]. Η διαπίστωση της ύπαρξης δεσπόζουσας θέσης σημαίνει ότι η τελευταία υπέχει ιδιαίτερη ευθύνη να μην θίγει με τη συμπεριφορά της την άσκηση πραγματικού και ανόθευτου ανταγωνισμού στην κοινή αγορά, χωρίς να συνεπάγεται αυτή καθαυτή καμία μομφή προς την ενδιαφερόμενη επιχείρηση[759].

Θ.6.3. Θεμελίωση συλλογικής δεσπόζουσας θέσης

Θ.6.3.1. Γενικά

400) Η συλλογική δεσπόζουσα θέση περισσοτέρων επιχειρήσεων συνίσταται στο να κατέχουν από κοινού, ιδίως λόγω των δεσμών (διαρθρωτικών / οικονομικών - συμβατικών[760]) που υφίστανται μεταξύ τους, την εξουσία να υιοθετούν σε μόνιμη βάση, κοινή πολιτική στην αγορά και να ενεργούν σε σημαντικό βαθμό ανεξάρτητα από τους υπόλοιπους ανταγωνιστές, από την πελατεία τους και από τους καταναλωτές[761]. Έχει κριθεί ότι η ύπαρξη μιας συμφωνίας ή άλλων νομικών δεσμών δεν είναι απαραίτητη για τη διαπίστωση συλλογικής δεσπόζουσας θέσης, η οποία μπορεί να βασιστεί σε άλλους συνδετικούς παράγοντες και εξαρτάται από μια οικονομική ανάλυση και ειδικότερα μια ανάλυση της δομής της σχετικής αγοράς[762].

401) Οι παράγοντες που διευκολύνουν τη δημιουργία συλλογικής δεσπόζουσας μπορούν να διακριθούν στις αντικειμενικές προϋποθέσεις (μικρός αριθμός εταιριών, έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των εταιριών, υψηλά εμπόδια εισόδου στην αγορά, ευκολία εντοπισμού παρέκκλισης των εταιριών) και στους ενισχυτικούς παράγοντες (μικρές και συχνές αγορές εμπορευμάτων, ομοιογένεια προϊόντων, διαφάνεια αγοράς, συμμετρία κόστους, σταθερές συνθήκες ζήτησης, μικρή δύναμη αγοραστών)[763].

[757] ΔΕΚ 27/76, United Brands κατά Επιτροπής, Συλλ (Ελλ.Ειδ. Έκδοση) 1978, σ. 207, σκ. 65, 85/76, Hoffmann-La Roche κατά Επιτροπής, Συλλ (Ελλ.Ειδ.Έκδοση) 1979, σελ. I-215, σκ.38. ΕΑ 581/VII/2013, σκ. 261 (με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές). Βλέπε Τριανταφυλλάκη Γ., Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Νομ. Βιβλιοθήκη, 2η έκδ., σελ. 190.

[758] Βλ. και 85/76, ό.π., σκ. 41, Τ-83/91, Tetra Pak κατά Επιτροπής, Συλλ. 1994, σ.II-755, σκ. 109, Τ-228/97, Irish Sugar plc κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, II-02969, σκ. 71, Τ-65/98, Van den Bergh Foods Ltd κατά Επιτροπής, Συλλ. 2003, II-04653, σκ. 154, Τ-139/98, Amministrazione Autonoma dei Monopoli di Stato (AAMS) κατά Επιτροπής, Συλλ. 2001, II-03413, σκ. 51.

[759] Βλ. ενδεικτικά απόφαση ΔΕΚ 322/81, NV Nederlandsche Banden Industrie Michelin κατά Επιτροπής, Συλλ. 1983, σ. 3461, σκ. 57.

[760] Κομνηνός Α., Λιανός Ι., σε σε Τζουγανάτο Δ., Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Νομ.Βιβλιοθήκη, 2013, σ.523, Βλ επίσης ΕΑ 452/V/2009, σκ. 5 επ., Whish R., Competition Law, Oxford University Press, 5th ed., 2005. p.191.

[761] Ο.π., σ.522, με παραπομπή σε σχετική νομολογία.

[762] Ο.π., σ. 523. Βλ. επίσης C-395-396/96P, Compagnie Maritime Belge Transport SA κλπ κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, σ.I-1365, σκ.45

[763] Τριανταφυλλάκης, Γ., Δίκαιο του Ελεύθερου Ανταγωνισμού, Νομ.Βιβλιοθήκη, 2012, σ.192.

402) Για να γίνει δεκτή η ύπαρξη συλλογικής δεσπόζουσας θέσης σε μια ολιγοπωλιακή σχετική αγορά, απαραίτητη είναι η συνδρομή των εξής δύο προϋποθέσεων: αφενός μεν έλλειψη αξιόλογου ανταγωνισμού μεταξύ των μελών του ολιγοπωλίου και αφετέρου έλλειψη αποτελεσματικής ανταγωνιστικής πίεσης προς το ολιγοπώλιο από τρίτες εκτός του ολιγοπωλίου επιχειρήσεις[764]. Η απόδειξη της ύπαρξης της συλλογικής δεσπόζουσας θέσης (πέραν των κριτηρίων που αναφέρθηκαν ανωτέρω[765]) προϋποθέτει[766]: α) τη διαπίστωση παράλληλης ομοιόμορφης συμπεριφοράς από τα μέλη του ολιγοπωλίου, τα οποία συμπεριφέρονται ως μια οντότητα και όχι ως μεμονωμένες επιχειρήσεις, και β) την ύπαρξη διαθρωτικών δεσμών[767] μεταξύ των μελών του ολιγοπωλίου, οι οποίοι δικαιολογούν και την έλλειψη αξιόλογου ανταγωνισμού μεταξύ τους, καθώς και την εξουσία ανεξάρτητης συμπεριφοράς των μελών του ολιγοπωλίου απέναντι στους ανταγωνιστές τους.

403) Παράλληλα, ελέγχονται τα κατωτέρω νομολογιακά διαμορφωμένα κριτήρια[768]: α) η ικανότητα κάθε μέλους του ολιγοπωλίου να μπορεί να πληροφορείται τη συμπεριφορά των άλλων μελών και να ελέγχει κατά πόσο εφαρμόζεται η κοινή πολιτική[769], β) η κατάσταση της σιωπηρής εναρμόνισης πρέπει να είναι ανθεκτική στο χρόνο και να παρέχει κίνητρο ώστε τα μέρη να μην αποκλίνουν από την κοινή συμπεριφορά[770] και γ) η προβλέψιμη αντίδραση ανταγωνιστών ή δυνητικών ανταγωνιστών να μη μπορεί να θέσει σε κίνδυνο τα αποτελέσματα από την κοινή πολιτική[771].

[764] Καρύδης Γ., Ευρωπαϊκό Δίκαιο Επιχειρήσεων και Ανταγωνισμού, Ι. Θεμελιώδεις Ελευθερίες, Ανταγωνισμός – Κρατικές Ενισχύσεις, Εκδ. Αντ.Ν.Σάκκουλα, 2001, σ. 129.

[765] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 401)400) (Θ.6.3.1. Γενικά).

[766] Καρύδης Γ., ό.π., σ.130.

[767] Οι διαρθρωτικοί αυτοί δεσμοί μπορεί να είναι νομικοί ή οικονομικοί η άλλης φύσης (π.χ. ύπαρξη μιας συμφωνίας συνεργασίας σε άλλες αγορές εκτός της σχετικής αγοράς στην οποία διερευνάται η ύπαρξη της συλλογικής δεσπόζουσας θέσης) (Καρύδης Γ., ο.π., σ. 130).

[768] Τ-342/99, Airtours plc κατά Επιτροπής, Συλλ. 2002, σ.II-2585, σκ. 61, 62

[769] Δεν αρκεί το ότι κάθε μέλος του ολιγοπωλίου έχει συνείδηση του ότι όλοι μπορούν να επωφεληθούν από μια αλληλεξαρτώμενη συμπεριφορά στην αγορά, αλλά πρέπει επίσης να διαθέτει ένα μέσο για να γνωρίζει αν οι άλλοι επιχειρηματίες υιοθετούν την ίδια στρατηγική και αν τη διατηρούν. Η διαφάνεια στην αγορά θα πρέπει, επομένως, να είναι επαρκής για να επιτρέπει σε κάθε μέλος του ολιγοπωλίου να γνωρίζει, κατά τρόπο αρκούντως ακριβή και άμεσο, την εξέλιξη της συμπεριφοράς στην αγορά καθενός από τα άλλα μέλη (Τ-342/99, ο.π, σκ. 62).

[770] Μόνο αν όλα τα μέλη του ολιγοπωλίου διατηρήσουν παράλληλη συμπεριφορά μπορούν να επωφεληθούν. Επομένως, η προϋπόθεση αυτή εμπεριέχει την έννοια των αντιποίνων σε περίπτωση συμπεριφοράς που αποκλίνει από την κοινή γραμμή. Οι διάδικοι συμμερίζονται εν προκειμένω την ιδέα ότι για να είναι βιώσιμη μια συλλογική δεσπόζουσα θέση θα πρέπει να υπάρχουν επαρκείς παράγοντες αποτροπής για να εξασφαλιστεί ένα σταθερό κίνητρο για να μην αποστούν από την κοινή γραμμή, πράγμα που ισοδυναμεί με το ότι πρέπει κάθε μέλος του ολιγοπωλίου να γνωρίζει ότι η ανάπτυξη έντονης ανταγωνιστικής δράσης εκ μέρους του με σκοπό την αύξηση του μεριδίου αγοράς θα προκαλούσε παρόμοια συμπεριφορά εκ μέρους των άλλων, οπότε η πρωτοβουλία του δεν θα του απέφερε κανένα πλεονέκτημα (Τ-342/99, ό.π, σκ. 62).

[771] Κομνηνός Α., Λιανός Ι., ό.π., σ. 524

404) Ακόμα και στην περίπτωση της δυνατότητας ευθυγράμμισης της ανταγωνιστικής συμπεριφοράς, δεν σημαίνει ότι ο ανταγωνισμός μεταξύ των εμπλεκομένων μερών εξαφανίζεται εντελώς[772]. Διαπιστώνεται ότι για την ύπαρξη συλλογικής δεσπόζουσας θέσης απαιτείται η ύπαρξη οικονομικών δεσμών μεταξύ δύο ή περισσότερων οικονομικών οντοτήτων που εξ ορισμού είναι ανεξάρτητες και ικανές να ανταγωνίζονται η μια την άλλη.

Θ.6.3.2. Εταιρίες χονδρικής πώλησης

405) Αναφορικά με τον έλεγχο της συνδρομής των προϋποθέσεων συλλογικής δεσπόζουσας θέσης[773] από μέρους των εταιριών χονδρικής πώλησης (1.ESTEE LAUDER HELLAS, 2. ΠΝΓ, 3. CHRISTIAN DIOR, 4. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, 5. L’OREAL), οι οποίες καταγγέλλονται εκ μέρους της NOTOS για την κατάχρηση της συλλογικής δεσπόζουσας θέσης τους, σημειώνονται τα ακόλουθα.

406) Στην αγορά χονδρικής πώλησης καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής, σημειώνεται ότι υπάρχει έντονος ανταγωνισμός μεταξύ των επιχειρήσεων ως προς τις τιμές χονδρικής πώλησης[774], αλλά και σε ποιοτικό επίπεδο[775]. Σύμφωνα με τα στοιχεία της έρευνας της ΓΔΑ[776], ο υψηλός βαθμός ανταγωνισμού εντείνεται και από το γεγονός ότι στην εν λόγω αγορά δραστηριοποιείται μεγάλος αριθμός επιχειρήσεων και δεν υπάρχουν εμπόδια εισόδου[777]. Πιο συγκεκριμένα, ως προς τα εμπόδια εισόδου επισημαίνεται ότι δεν υπάρχουν θεσμικά ή πραγματικά εμπόδια εισόδου, ενώ το ύψος της επένδυσης ή / και η απόκτηση τεχνογνωσίας μπορεί να είναι παράγοντες που ενδεχομένως να προβληματίζουν ένα νέο επενδυτή, αλλά δεν θα μπορούσαν να αποτελούν εμπόδια[778].

407) Ως προς τη συμμετρία κόστους, σημειώνεται ότι δεν θεωρείται ότι υπάρχει συμμετρία στα κόστη, δεδομένου ότι η κάθε μια από τις εταιρίες αντιπροσωπεύει διαφορετικούς οίκους καλλυντικών του εξωτερικού και έχει διαφορετική διάρθρωση κόστους[779].

408) Η διερεύνηση ενδεχόμενης παράλληλης ομοιόμορφης συμπεριφοράς από τις ερευνώμενες επιχειρήσεις δεν βρίσκει ισχυρά ερείσματα από τα διαθέσιμα προς αξιολόγηση στοιχεία, παρά μόνο στο γεγονός της χρονικής ταύτισης ως προς την (ολική / μερική) απόσυρση των αισθητικών συμβούλων, η οποία ασφαλέστερο είναι να γίνει δεκτό ότι συνιστά τη «λογική» εξήγηση (χωρίς –εννοείται - αυτό να τη δικαιολογεί νομικά) της αντίδρασης των εν λόγω εταιριών στην πρακτική της NOTOS COM να παρέχει μεγαλύτερη έκπτωση (60%) στα προϊόντα δικής της εισαγωγής, σε σχέση με τα προϊόντα εισαγωγής των ανωτέρω εταιριών χονδρικής, υπό το πρίσμα της οριζόντιας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης, όπως διεξοδικώς αναλύθηκε ανωτέρω. Όταν δε η ταυτόχρονη απόσυρση των αισθητικών συμβούλων συνδέεται και με την ταυτόχρονη παύση χορήγησης πιστωτικών σημειωμάτων[780], οιαδήποτε σκέψη περί παράλληλης συμπεριφοράς παύει να υφίσταται, καθότιν τα συγκλίνοντα στοιχεία – ακόμη και χωρίς να ληφθούν υπόψη τα επίμαχα εξώδικα – κατατείνουν στο συμπέρασμα ότι πρόκειται περί εναρμονισμένης πρακτικής, σαφώς δηλ. διακριτής περίπτωσης από εκείνη της παράλληλης συμπεριφοράς.

409) Ως προς τους διαρθρωτικούς / δομικούς δεσμούς των ερευνώμενων επιχειρήσεων, σημειώνεται ότι τέτοιοι υφίστανται ανάμεσα στις εταιρίες ΣΑΡΑΝΤΗΣ και ESTEE LAUDER, στις εταιρίες ΠΝΓ και SHISEIDO HELLAS και στις εταιρίες NOTOS COM και YSL[781]. Ωστόσο, δεδομένων και των ποιοτικών χαρακτηριστικών της συγκεκριμένης αγοράς, το στοιχείο αυτό από μόνο του εκτιμάται ότι δεν είναι επαρκές ώστε να οδηγήσει με ασφάλεια στο συμπέρασμα ότι στην εξεταζόμενη περίπτωση των εταιριών χονδρικής (1.ESTEE LAUDER, 2. ΠΝΓ., 3. CHRISTIAN DIOR, 4. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, 5. L’OREAL) υφίσταται ζήτημα συλλογικής δεσπόζουσας θέσης.

410) Με βάση τις ανωτέρω επισημάνσεις, εκτιμάται ότι στην προκειμένη περίπτωση δεν συντρέχουν σε ό,τι αφορά τις ως άνω εταιρίες χονδρικής πώλησης, οι προϋποθέσεις που απαιτείται να συντρέχουν με βάση τη σχετική ενωσιακή νομολογία, ιδίως όπως αυτή αποτυπώθηκε στην υπόθεση Compagnie Maritime Belge des transports[782]. Πιο συγκεκριμένα, το ΔΕΚ στην εν λόγω υπόθεση έκρινε ότι η συλλογική δεσπόζουσα θέση αποτελεί μία κατάσταση στην οποία περισσότερες επιχειρήσεις «εμφανίζονται και ενεργούν από κοινού σε μία ειδική αγορά, ως συλλογική οντότητα» έναντι των ανταγωνιστών τους, των εμπορικών τους εταίρων και των καταναλωτών[783]. Θα πρέπει δηλαδή, οι επιχειρήσεις τελικά να παρουσιάζονται ως μία ενιαία συλλογική οντότητα με βάση το πρότυπο ενός ομίλου επιχειρήσεων[784] και να ακολουθούν στην οικεία αγορά την ίδια γραμμή δράσης[785], η οποία συνιστά και την προς τα έξω έκφανση της συλλογικής βούλησης της εν λόγω οντότητας, ούσα ανεξάρτητη από τη βούληση των ανταγωνιστών, των πελατών και των καταναλωτών[786].

411) Κατά συνέπεια, υπό το ανωτέρω πρίσμα, στην παρούσα υπόθεση εκτιμάται ότι δεν συντρέχουν οι προϋποθέσεις θεμελίωσης συλλογικής δεσπόζουσας θέσης

[772] Απόφαση ΕΑ 452/V/2009, VI, σκ. 5 & 10 (συλλογισμοί που υιοθετήθηκαν και από τις αποφάσεις ΔΕφΑθ 1473/2011 και 2395/2011)

[773] Αναλυτικά για τις προϋποθέσεις της συνδρομής συλλογικής δεσπόζουσας θέσης, βλ. ανωτέρω υπό 400) επ.

[774] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 154) επ. (Ζ.1.6. Επίπεδο ανταγωνισμού).

[775] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 154) επ. (Ζ.1.6. Επίπεδο ανταγωνισμού).

[776] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 155) επ. (Ζ.1.6. Επίπεδο ανταγωνισμού).

[777] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 151) επ.(Ζ.1.4. Εμπόδια εισόδου).

[778] Ό.π.

[779] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 160) και 164) (Ζ.1.8. Παράγοντες και συμμετρία κόστους).

[780] Από τα στοιχεία του φακέλου προκύπτει ότι μόνο η CHRISTIAN DIOR δεν υποστήριζε την πολιτική της χορήγησης πιστωτικών σημειωμάτων.

[781] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 160) (Ζ.1.3. Δομικοί δεσμοί).

[782] C-395/96P & C-396/96P, Compagnie maritime belge transports SA, ect κατά Επιτροπής, Συλλ. 2000, σελ. I-1365.

[783] Ό.π., σκ. 44.

[784] Είναι γνωστό ότι ο όμιλος επιχειρήσεων αντιμετωπίζεται στο πλαίσιο του δικαίου του ανταγωνισμού ως μία ενιαία επιχείρηση.

[785] C-393/92, Almelo, Συλλ. 1994, σελ. I-1477, σκ. 42, C-68/94, Γαλλία κατά Επιτροπής, Συλλ. 1998, σελ.I-1375, σκ.. 221, T-228/97, Irish Sugar κατά Επιτροπής, Συλλ. 1999, σελ. II-2969, σκ. 46, 49, 63.

[786] Βλ. Γ. Καρύδη, Εννοιολογική οριοθέτηση της συλλογικής δεσπόζουσας θέσης στην κοινοτική έννομη τάξη του ανταγωνισμού, Νομικό Βήμα 51/2003σελ. 2029επ.

εκ μέρους των εταιριών χονδρικής πώλησης (1. ESTEE LAUDER, 2. ΠΝΓ, 3. CHRISTIAN DIOR, 4. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, 5. L’OREAL) και, επομένως, προφανώς παρέλκει το να εξεταστεί το ζήτημα της κατάχρησης.

Θ.6.4. Διερεύνηση κατάχρησης

412) Εφόσον οι εμπλεκόμενες εταιρίες χονδρικής δεν έχουν είτε ατομικά είτε συλλογικά δεσπόζουσα θέση, παρέλκει η εξέταση ενδεχόμενης κατάχρησης.

Θ.6.5. Συμπέρασμα

413) Σύμφωνα με τα ανωτέρω παρατιθέμενα, συνάγεται ότι, σε ό,τι αφορά τη συμπεριφορά των εταιριών χονδρικής πώλησης (1.ESTEE LAUDER, 2.ΠΝΓ, 3. CHRISTIAN DIOR, 4. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, 5. L’OREAL), δεν διαπιστώνεται η κατοχή δεσπόζουσας θέσης ή συλλογικής δεσπόζουσας θέσης εκ μέρους των εμπλεκομένων μερών, με αποτέλεσμα να αποκλείεται η στοιχειοθέτηση της παράβασης των άρθρων 2 ν. 703/1977 και 82 ΣυνθΕΚ.

Θ.7. ΑΠΑΓΟΡΕΥΣΗ ΚΑΤΑΧΡΗΣΤΙΚΗΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΣΧΕΣΗΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΞΑΡΤΗΣΗΣ

Θ.7.1 Γενικά

414) Σύμφωνα με τη NOTOS COM, οι καταγγελλόμενες επιχειρήσεις (εταιρίες χονδρικής πώλησης 1. ESTEE LAUDER, 2.ΠΝΓ, 3. CHRISTIAN DIOR, 4. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, 5. L’OREAL,) προβαίνουν σε συστηματική παράβαση του άρθρου 2α του ν. 703/1977[787]. Σύμφωνα με το άρθρο 2α του ν. 703/1977, όπως ίσχυε το χρονικό διάσημα κατά τη διάρκεια του οποίου έλαβε χώρα η καταγγελλόμενη πρακτική, οριζόταν ότι: «… απαγορεύεται η καταχρηστική εκμετάλλευση από μία ή περισσότερες επιχειρήσεις, της σχέσης οικονομικής εξάρτησης στην οποία βρίσκεται προς αυτήν ή αυτές μία επιχείρηση, η οποία κατέχει θέση πελάτη ή προμηθευτή, ακόμη και προς ένα ορισμένο είδος προϊόντων ή υπηρεσιών και δεν διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση. Η καταχρηστική αυτή εκμετάλλευση της σχέσης οικονομικής εξάρτησης δύναται να συνίσταται ιδίως στην επιβολή αυθαίρετων όρων συναλλαγής, στην εφαρμογή διακριτικής μεταχείρισης ή στην αιφνίδια και αδικαιολόγητη διακοπή μακροχρόνιων εμπορικών σχέσεων»[788].

415) Για την εφαρμογή της ως άνω διάταξης, απαιτείται η σωρευτική εφαρμογή των κατωτέρω προϋποθέσεων: α) να υπάρχει σχέση οικονομικής εξάρτησης μιας επιχείρησης από άλλη ή άλλες επιχειρήσεις, από τις οποίες προμηθεύεται ένα ορισμένο είδος προϊόντων ή υπηρεσιών, β) η επιχείρηση αυτή να μην διαθέτει ισοδύναμη εναλλακτική λύση, γ) η επιχείρηση από την οποία εξαρτώνται οι άλλες να προβαίνει σε καταχρηστική εκμετάλλευση της εν λόγω εξάρτησης[789].

Θ.7.2 Σχέση οικονομικής εξάρτησης

416) Ως προς την πρώτη προϋπόθεση εφαρμογής της υπό εξέταση διάταξης, σημειώνεται ότι για τη διαπίστωση οικονομικής εξάρτησης λαμβάνονται υπόψη ορισμένα κριτήρια:

α) Προηγούμενη συναλλακτική θέση: Δεν απαιτείται μια επιχείρηση να βρίσκεται σε θέση πελάτη ή προμηθευτή προς μια άλλη επιχείρηση, προϋποθέτοντας για την κατάφαση της ύπαρξής της, υφιστάμενη ή και προϋπάρχουσα πελατειακή σχέση[790]. Παρόλα αυτά, το κριτήριο της υφιστάμενης ή προϋπάρχουσας συναλλακτικής σχέσης συνεκτιμάται[791].

β) Επενδύσεις: Μια επιχείρηση μπορεί να έχει διενεργήσει επενδύσεις, με σκοπό να συναλλάσσεται με μια άλλη επιχείρηση[792].

γ) Τμήμα κύκλου εργασιών: Το τμήμα (ποσοστό) του κύκλου εργασιών της εξαρτώμενης επιχείρησης, το οποίο αντιστοιχεί στο προϊόν της επιχείρησης, από την οποία η εξάρτηση αποτελεί συναφές κριτήριο[793]. Έχει κριθεί ότι μερίδια που ανέρχονται σε ποσοστό άνω του 20% ήταν επαρκή ώστε να μπορεί να στοιχειοθετηθεί η σχέση οικονομικής εξάρτησης, σε αντίθεση με ποσοστά κάτω του 16%[794].

δ) Μακροχρόνια συνεργασία: Η μακροχρόνια συνεργασία της εξαρτημένης επιχείρησης με την επιχείρηση από την οποία εξαρτάται συνιστά κριτήριο για τη διαπίστωση σχέσης οικονομικής εξάρτησης[795]. Έχει κριθεί ότι χρονικό διάστημα άνω των 12 ετών είναι επαρκές με τη συνεκτίμηση και άλλων κριτηρίων[796].

ε) Λοιπά κριτήρια: Η προσαρμογή στις ανάγκες συνεργασίας με συγκεκριμένη επιχείρηση[797], ο μεγάλος αριθμός πελατών που προέρχονται από τη συνεργασία με συγκεκριμένη επιχείρηση[798], η έλλειψη υποδομής για διάθεση ανταγωνιστικών προϊόντων[799], η ανάγκη συναλλαγής με συγκεκριμένη επιχείρηση[800] η διατήρηση αποθεμάτων[801].

417) Η ύπαρξη σχέσης οικονομικής εξάρτησης μπορεί να προκύπτει όταν ο έμπορος προκειμένου να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά άλλους ανταγωνιστές του έχει την ανάγκη των προϊόντων της συγκεκριμένης επιχείρησης, καθώς αυτά αναμένεται από τους καταναλωτές να συγκαταλέγονται οπωσδήποτε μεταξύ των προϊόντων από τα οποία θα μπορούν να επιλέξουν[802]. Εφόσον, δη-

[787] Ανωτέρω υπό παρ. 2) επ., αναφορικά με την πρώτη καταγγελία της NOTOS COM.

[788] Η διάταξη του άρθρου 2α εισήχθη στο ν. 703/1977 με το άρθρο 16 του ν. 2000/1991, ως προσθήκη νέας παραγράφου 2 στο άρθρο 2 του ν. 703/1977. Με το άρθρο 1 παρ.2 του ν. 2296/1995 μετετράπη σε αυτοτελές άρθρο,. Το οποίο καταργήθηκε με το άρθρο 1 παρ. 1 του ν. 2837/2000. Επανήλθε σε ισχύ με το άρθρο 1 του ν. 3373/2005. Σημειώνεται ότι δεν υφίσταται αντίστοιχη πρόβλεψη στον ισχύοντα ν. 3959/2011, ως ισχύει.

[789] ΕΑ 550/VII/2012, σκ. 93 επ., 145/ΙΙ/2000.

[790] ΕΑ 540/VII/2012, σκ. 62. Βλ. επίσης ΔΕφΑθ 2498/2010 και ΕΑ 429/V/2009, ενότητα Γ, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές: ΕΑ 91/99. 150/ΙΙ/2000, 166/ΙΙ/2000.

[791] ΕΑ 550/VII/2012, σκ. 96.

[792] ΕΑ 550/VII/2012, σκ. 97, 540/VII/2012, σκ. 61

[793] ΕΑ 550/VII/2012, σκ. 98, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές σε ΕΑ 514/VI/2011, 493/I/2010, 397/V/2008, ΔΕφΑθ 2587/2010.

[794] ΕΑ 550/VII/2012, σκ. 98, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές. Πιο συγκεκριμένα, βλ. ΕΑ 145/ΙΙ/2000 για ποσοστά 20-30%.

[795] ΕΑ 550/VII/2012, σκ. 99, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές.

[796] ΕΑ 550/VII/2012, σκ. 99, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές. Πιο συγκεκριμένα βλ. ΕΑ 166/ΙΙ/2000, 38/ΙΙ/1999.

[797] ΕΑ 550/VII/2012, σκ. 100.

[798] Ό.π., σκ. 101.

[799] Ό.π., σκ. 102.

[800] Ό.π., σκ. 103.

[801] Ό.π., σκ. 104.

[802] ΕΑ 540/VII/2012, σκ. 61, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές σε ΕΑ 49/1997, 22/ΙΙ/1998, 124/1998, 144/ΙΙ/2000, 145/ΙΙ/2000, 159/ΙΙ/2000.

λαδή, οι καταναλωτές αναμένουν εύλογα ότι θα βρουν τα προϊόντα αυτά σε ανταγωνιστικά της (εξαρτώμενης) επιχείρησης καταστήματα, η τελευταία περιέρχεται σε ιδιαίτερα δυσμενή ανταγωνιστική θέση, όταν δεν μπορεί να τα διαθέτει και αυτή[803]. Στις περιπτώσεις αυτές, το γεγονός ότι τα προϊόντα είναι κατά τα άλλα εναλλάξιμα δεν επηρεάζει την αναγκαιότητα προσφοράς τους από μια επιχείρηση στους πελάτες της, προκειμένου αυτή να παραμείνει ανταγωνιστική[804].

418) Στην υπό εξέταση υπόθεση, οι καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής πώλησης (1.ESTEE LAUDER, 2.ΠΝΓ, 3. CHRISTIAN DIOR, 4. ΣΑΡΑΝΤΗΣ, 5. L’OREAL) διατηρούν μακροχρόνια σχέση συνεργασίας προμηθευτή - προμηθευόμενου με την καταγγέλλουσα NOTOS COM, η οποία καλύπτει το σύνολο της ερευνώμενης περιόδου (2004-2013), στην πλειοψηφία των περιπτώσεων[805]. Ωστόσο, σημειώνεται ότι κατά το χρόνο της καταγγελίας υφιστάμενη μακροχρόνια σχέση δεν υπήρχε. Αναφορικά με το εάν απαιτείτο η ύπαρξη τέτοιας σχέσης σημειώνονται και τα εξής: Η λέξη «εξάρτηση» ορθό είναι να ερμηνεύεται και ως οικονομική ανάγκη του εμπόρου να καταφύγει σε συγκεκριμένο προμηθευτή[806]. Ειδικότερα, με τη διάταξη του άρθρου 2α, επιδιώκεται να διασφαλισθεί η υπόσταση της εξαρτημένης επιχείρησης, η οποία τίθεται σε κίνδυνο όχι μόνον αν δεν συνεχίσει να είναι πελάτης αλλά και αν δεν γίνει πελάτης της επιχείρησης από την οποία εξαρτάται σε σημαντικό βαθμό η επιβίωσή της[807]. Υπό αυτό το πρίσμα, σκοπός της ως άνω διάταξης ήταν η προστασία της οικονομικής ελευθερίας των επιχειρήσεων που βρίσκονται μέσα στο πεδίο επιρροής επιχειρήσεων με ισχύ στη σχετική αγορά, συμπεριλαμβανομένης και της διατήρησης της ελευθερίας πρόσβασης στη συγκεκριμένη αγορά. Ως εκ τούτου οικονομική εξάρτηση συνιστούσε και εκείνη η περίπτωση κατά την οποία ο εξαρτώμενος για να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά μεταπωλητές ομοειδών (ή ακόμη και ίδιων) προϊόντων ή παρόχους ομοειδών (ή ακόμη και ίδιων) υπηρεσιών, είχε την ανάγκη πρόσβασης είτε στην προμήθεια των συγκεκριμένων προϊόντων είτε στη δυνατότητα παροχής συγκεκριμένων υπηρεσιών. Με βάση τα ανωτέρω συνεπώς, αποδείχτηκε ότι η υφιστάμενη ή προϋπάρχουσα πελατειακή σχέση δεν συνιστούσε προϋπόθεση της οικονομικής εξάρτησης. Η θέση αυτή ορθότερο είναι να θεωρηθεί κρατούσα σε θεωρία και νομολογία[808]. Άρα το κατά πόσο προϋπόθεση για την εφαρμογή του άρθρου 2α αποτελεί υφιστάμενη εμπορική σχέση ή όχι, εξαρτάται από το είδος της εκάστοτε υπό εξέταση κατάχρησης οικονομικής εξάρτησης. Στην εξεταζόμενη περίπτωση εκτιμάται ότι τέτοιο ζήτημα δεν υφίσταται, όπως θα αναλυθεί διεξοδικότερα και στη συνέχεια της παρούσας.

419) Πιο συγκεκριμένα, η σχέση της NOTOS COM με την ESTEE LAUDER ξεκίνησε το 2001 και διαρκεί έως και σήμερα, η σχέση της NOTOS COM με την ΠΝΓ ξεκίνησε το 2005 και εικάζεται ότι ατόνησε το 2009, λόγω της κατάστασης της ΠΝΓ, η σχέση της NOTOS COM με την CHRISTIAN DIOR ξεκίνησε το 2001 και διαρκεί έως και σήμερα, η σχέση της NOTOS COM με την ΣΑΡΑΝΤΗΣ ξεκίνησε το 2001 και διαρκεί έως και σήμερα και τέλος η σχέση της NOTOS COM με την L’OREAL ξεκίνησε τουλάχιστον το 2005 (με γραπτή συμφωνία) και διαρκεί έως και σήμερα[809]. Ταυτόχρονα, κατά την ερευνώμενη χρονική περίοδο (2003-2013), τα ποσοστά αγορών της NOTOS COM από τις καταγγελλόμενες κυμάνθηκαν ως εξής: […] για τα προϊόντα της ESTEE LAUDER, […] για τα προϊόντα της ΠΝΓ, […] για τα προϊόντα της CHRISTIAN DIOR, […] για τα προϊόντα της ΣΑΡΑΝΤΗΣ και […] για τα προϊόντα της L’OREAL[810]. Συνολικά, η NOTOS COM προμηθευόταν από […] έως […] των προϊόντων της υπό εξέταση σχετικής αγοράς από τις ανωτέρω εταιρίες[811].

420) Εκτιμάται ότι τα καλλυντικά υψηλής ποιότητας και τιμής, που εμπορεύονται οι ανωτέρω επιχειρήσεις, συγκαταλέγονται από τους καταναλωτές οπωσδήποτε μεταξύ των προϊόντων από τα οποία θα μπορούν να επιλέξουν. Τα προϊόντα των εταιριών χονδρικής έχουν τέτοια ποιότητα και φήμη, ώστε μια επιχείρηση που δεν τα προσφέρει στους πελάτες της να μην μπορεί να παραμείνει ανταγωνιστική στη αγορά[812]. Κατά συνέπεια, για να ανταγωνιστεί αποτελεσματικά μια επιχείρηση που

[803] ΕΑ 540/VII/2012, σκ. 64, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές σε ΕΑ 11/1995.

[804] ΕΑ 540/VII/2012, σκ. 64.

[805] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 137) (ΣΤ.2.2. Σχέση της καταγγέλλουσας (ως λιανοπωλητής) με τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής) και εκεί παρατιθέμενο Πίνακα με τις εταιρίες χονδρικής με τις οποίες συνεργάζεται η NOTOS COM.

[806] Βλ.Μπαμπέτας Γ., Οικονομική εξάρτηση και καταχρηστική εκμετάλλευση, εκδόσεις Π.Ν. Σάκκουλα, 2008, σελ. 212επ. Βλ. επίσης τη θέση της μειοψηφίας της ΕΑ στην απόφαση 429/V/2009, όπου αναφέρεται χαρακτηριστικά ότι «Το επιχείρημα [εννοείται περί εξάρτησης] εκ του γράμματος της διάταξης δεν είναι απροσμάχητο», ΔΕΕ 2010, σελ. 429. Ad hoc για το ζήτημα, βλέπε εκτενή ανάλυση σε Σουφλερός Ηλ., Καταχρηστική εκμετάλλευση της σχέσης οικονομικής εξάρτησης (πρώην άρθρο 2α ν. 703/1977 και τώρα άρθρο 18α ν. 146/1914). Το ζήτημα της ύπαρξης ή προϋπαρξης εμπορικών σχέσεων ως προϋπόθεσης για την εφαρμογή της σχετικής απαγόρευσης, ΔΕΕ 2010, σελ. 408επ. Βλ. επίσης Τρούλη Εμ., Ζητήματα από την εφαρμογή της ρύθμισης περί κατάχρησης της σχέσης οικονομικής εξάρτησης (αρ. 18Α ν. 146/1914, πρώην 2Α ν. 703/1977), ΕΕμπΔ β/2015, σελ. 289 επ.

[807] Πρβλ. σε Τζουγανάτος Δ., Ζητήματα ανταγωνισμού στη διανομή κινηματογραφικών ταινιών, ΕΕμπΔ 1999, σελ. 638, 657.

[808] Όχι μόνο τη διεθνή (κυρίως του Γερμανικού Δικαίου, όπου η συγκεκριμένη διάταξη έχει τύχει ιδιαίτερης θεωρητικής επεξεργασίας και νομολογιακής εφαρμογής), αλλά και την ελληνική. [Βλέπε σχετικά τη θέση της μειοψηφίας της ΕΑ στην απόφαση 429/V/2009]. Ιδίως στη θεωρία ρητά αναφέρεται ότι «η διάταξη (του 2α) μπορεί να τύχει εφαρμογής και σε επιχειρήσεις που επιθυμούν να εισέλθουν το πρώτο στη σχετική αγορά (newcomers)» [Βλ. Λιακόπουλος Θ, Βιομηχανική Ιδιοκτησία, Π.Ν. Σάκκουλας, έκδ. ε΄, Αθήνα 2000 σελ. 564, καθώς και Τζουγανάτος Δ., Οι πρόσφατες τροποποιήσεις του Ν. 703/77 και η προστασία του ελεύθερου ανταγωνισμού, ΕΕμπΔ 1992, σελ. 530, ιδίως 535. Βλέπε επίσης και ΕΑ 11/1995.

[809] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 137).

[810] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 140) (ΣΤ.2.2. Σχέση της καταγγέλλουσας (ως λιανοπωλητή) με τις καταγγελλόμενες εταιρίες χονδρικής) και εκεί παρατιθέμενο Πίνακα της NOTOS COM με το ποσοστό αγορών καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής από τις εταιρίες χονδρικής.

[811] Ό.π.

[812] ΕΑ 540/VII/2012, σκ. 64, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές σε ΕΑ 124/II/1998.

δραστηριοποιείται στην υπό εξέταση σχετική αγορά λιανικής πώλησης έχει ανάγκη των προϊόντων των ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, CHRISTIAN DIOR, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και L’OREAL.

421) Σύμφωνα με τις ανωτέρω παρατηρήσεις συνάγεται ότι πληρούται η πρώτη προϋπόθεση εφαρμογής της διάταξης του άρθρου 2α του ν. 703/1977 ως προς τη σχέση οικονομικής εξάρτησης ανάμεσα στις εταιρίες χονδρικής πώλησης ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, CHRISTIAN DIOR, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και L’OREAL και στην εξαρτώμενη εξ αυτών NOTOS COM.

Θ.7.3. Ισοδύναμη εναλλακτική λύση

422) Η έλλειψη ισοδύναμης εναλλακτικής λύσης έχει την έννοια είτε ότι δεν προσφέρονται καθόλου εναλλακτικές λύσεις, είτε ότι οι υπάρχουσες συνδέονται με σοβαρά μειονεκτήματα για την εξαρτημένη επιχείρηση[813]. Για παράδειγμα, ενδέχεται οι προσφερόμενες λύσεις να έχουν ως αποτέλεσμα την περιέλευση της εξαρτώμενης επιχείρησης σε δυσμενή έναντι των ανταγωνιστών της θέση, μειώνοντας έτσι σημαντικά την ικανότητά της να αντεπεξέλθει στον ελεύθερο ανταγωνισμό, που θα μπορούσε να την οδηγήσει ακόμα και σε αδυναμία συνέχισης της λειτουργίας της[814]. Ιδιαίτερη σημασία δίνεται στη θέση και στη φήμη των συγκεκριμένων προϊόντων που προκύπτουν λόγω της φήμης, της ποιότητας και της διαφήμισής τους[815].

423) Σε ό,τι αφορά στη σχέση ανάμεσα στη NOTOS COM με τις εταιρίες χονδρικής πώλησης, δεν προκύπτει ότι η καταγγέλλουσα υποχρεώθηκε από ανάγκη να διερευνήσει επαρκώς και ενδελεχώς το ενδεχόμενο αναζήτησης εναλλακτικών λύσεων προμήθειας (π.χ. παραγγελίες από άλλους προμηθευτές άλλων κρατών, μέσω internet, μέσω παράλληλων εισαγωγών, κλπ), πολλώ δε μάλλον να προχωρήσει στην περαιτέρω αξιολόγηση των προσφερόμενων λύσεων, προκειμένου να είναι σε θέση να συμπεράνει εάν οι προσφερόμενες λύσεις συνδέονται με τέτοια μειονεκτήματα, που ενδεχομένως θα είχαν ως αποτέλεσμα την περιέλευσή της σε δυσμενέστερη θέση έναντι των ανταγωνιστών της.

424) Σύμφωνα με τις ανωτέρω παρατηρήσεις, στην υπό εξέταση υπόθεση συνάγεται ότι δεν πληρούται η δεύτερη προϋπόθεση εφαρμογής της διάταξης του άρθρου 2α του ν. 703/1977 αναφορικά με το εάν η NOTOS COM διέθετε ισοδύναμη λύση.

Θ.7.4. Καταχρηστική εκμετάλλευση

425) Η καταχρηστική εκμετάλλευση της σχέσης οικονομικής εξάρτησης έχει ως έννοια την εκμετάλλευση της ισχύος που δίνει η αδυναμία της εξαρτημένης να διαθέτει άλλη ισοδύναμη λύση, με μέσα και πρακτικές που έχουν ως τελικό αποτέλεσμα να βλάψουν την ανταγωνιστικότητα της τελευταίας[816].

426) Ως προς τη σχέση της καταγγέλλουσας με τις επιχειρήσεις ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, CHRISTIAN DIOR, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και L’OREAL, σημειώνεται ότι σύμφωνα με τα διαθέσιμα στοιχεία δεν προκύπτει, αλλά ούτε πιθανολογείται, η συνδρομή των πραγματικών περιστατικών που θα μπορούσαν να οδηγήσουν στο συμπέρασμα ότι οι καταγγελλόμενες επιχειρήσεις χονδρικής πώλησης προβαίνουν στην κατάχρηση της ισχύος τους, βλάπτοντας την ανταγωνιστικότητα της καταγγέλλουσας. Πιο συγκεκριμένα, η NOTOS COM αναφέρεται στην πρακτική προσπάθειάς τους να καθοριστεί με ομοιόμορφο και ενιαίο τρόπο η κατώτατη τιμή πώλησης, μέσω της ανάκλησης των αισθητικών συμβούλων, καθώς και της μη χορήγησης πιστωτικών σημειωμάτων, η οποία εκτιμάται ως συμπεριφορά να εκφεύγει της περίπτωσης εκείνης που λόγω των ποιοτικών χαρακτηριστικών της θα μπορούσε ενδεχομένως να θεωρηθεί καταχρηστική.

Θ.7.5. Συμπέρασμα

427) Συνεπώς, ο ισχυρισμός για την παράβαση της διάταξης του άρθρου 2α του ν. 703/1977 εκ μέρους των εταιριών χονδρικής πώλησης ESTEE LAUDER, ΠΝΓ, CHRISTIAN DIOR, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και L’OREAL δεν ευσταθεί.

Θ.9. ΠΡΟΣΤΙΜΟ: Η ΣΟΒΑΡΟΤΗΤΑ ΚΑΙ Η ΔΙΑΡΚΕΙΑ ΤΩΝ ΠΑΡΑΒΑΣΕΩΝ

Θ.9.1. Γενικό πλαίσιο - Εφαρμοστέο δίκαιο

428) Σύμφωνα με το άρθρο 9 παρ. 1 του ν. 703/1977, όπως ίσχυε καθώς και με το άρθρο 25 παρ. 1 του ν. 3959/2011, όπως ισχύει, εάν η ΕΑ μετά από σχετική έρευνα που διεξάγεται διαπιστώσει παράβαση των άρθρων 1, 2, και 2α του ν. 703/1977 ή 1 και 2 του ν. 3959/2011 ή/και των άρθρων 101 και 102 ΣΛΕΕ μπορεί με απόφασή της, διαζευκτικά ή σωρευτικά, να επιβάλει πρόστιμο στις επιχειρήσεις ή στις ενώσεις επιχειρήσεων που υπέπεσαν στην παράβαση. Περαιτέρω, με βάση το άρθρο 25, παρ. 2, περ.α) του ν. 3959/2011, το πρόστιμο που επιβάλλεται μπορεί να φτάνει μέχρι ποσοστού 10% του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης της χρήσης, κατά την οποία έπαυσε η παράβαση ή, αν αυτή συνεχίζεται μέχρι την έκδοση της απόφασης, της προηγούμενης της έκδοσης της απόφασης χρήσης[817]. Η εν λόγω διάταξη, με το

[813] ΕΑ 540/VII/2012, σκ. 73, με περαιτέρω νομολογιακές παραπομπές σε ΕΑ 514/VI/2011, σκ. 39, 450/V/2009, σκ. 15, 395/V/2008 ενότητα VIII.Β.β, επικυρωθείσα από ΔΕφΑθ 2587/2010.

[814] 145/II/2000.

[815] ΕΑ 540/VII/2012, σκ. 73.

[816] ΕΑ 145/II/2000.

[817] Άρθρο 25 ν. 3959/2011 - Εξουσίες της Επιτροπής επί παραβάσεων.

«1. Η Επιτροπή Ανταγωνισμού αν, ύστερα από σχετική έρευνα που διεξάγεται είτε αυτεπαγγέλτως είτε κατόπιν καταγγελίας ή αίτησης του Υπουργού Οικονομίας, Ανταγωνιστικότητας και Ναυτιλίας, διαπιστώσει παράβαση των άρθρων 1, 2 και 11 ή των άρθρων 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης, με απόφαση της, διαζευκτικά ή σωρευτικά, μπορεί:α) να απευθύνει συστάσεις σε περίπτωση παράβασης των άρθρων 1 και 2 του παρόντος ή των άρθρων 101 και 102 της Συνθήκης για τη Λειτουργία της Ευρωπαϊκής Ένωσης,β) να υποχρεώσει τις ενδιαφερόμενες επιχειρήσεις ή τις ενώσεις επιχειρήσεων να παύσουν την παράβαση και να παραλείπουν αυτή στο μέλλον,γ) να επιβάλει μέτρα συμπεριφοράς ή διαρθρωτικού χαρακτήρα, τα οποία πρέπει να είναι αναγκαία και πρόσφορα για την παύση της παράβασης, ανάλογα με το είδος και τη βαρύτητα αυτής. Μέτρα διαρθρωτικού χαρακτήρα επιτρέπεται να επιβάλλονται μόνο στην περίπτωση που είτε δεν υφίστανται εξίσου αποτελεσματικά μέτρα συμπεριφοράς είτε όλα τα εξίσου αποτελεσματικά μέτρα συμπεριφοράς είναι ενδεχομένως επαχθέστερα από τα μέτρα διαρθρωτικού χαρακτήρα,δ) να επιβάλει πρόστιμο κατά την παράγραφο 2α στις επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων που υπέπεσαν στην παράβαση ή που δεν εκπληρώνουν αναληφθείσα από τις ίδιες δέσμευση η οποία έχει καταστεί υποχρεωτική, σύμφωνα με απόφαση της Επιτροπής

να προβλέπει χαμηλότερο ανώτατο ύψος προστίμου, συνιστά, κατ’ αρχήν, ευνοϊκότερη για τις εμπλεκόμενες εταιρίες διάταξη σε σχέση με την προϊσχύουσα διάταξη του ν. 703/1977, και ως εκ τούτου, εν προκειμένω τυγχάνει εφαρμογής[818]. Ειδικότερα, εξαίρεση από την αρχή ότι εφαρμοστέες είναι οι διατάξεις ουσιαστικού δικαίου οι οποίες ίσχυαν κατά τον χρόνο επέλευσης των γεγονότων που συνιστούν την παράβαση, χωρίς να έχει σημασία ο χρόνος κατά τον οποίο εφαρμόζονται οι σχετικές διατάξεις και επιβάλλονται οι σχετικές κυρώσεις, γίνεται δεκτή στην περίπτωση ύπαρξης ευμενέστερου χαρακτήρα ενός νέου νόμου. Ο ευμενέστερος χαρακτήρας ή μη του νέου νόμου κρίνεται από τη νομολογία (ex post), όχι γενικώς, αλλά ενόψει της συγκεκριμένης περίπτωσης, δηλαδή ενόψει των συγκεκριμένων πραγματικών περιστατικών[819]. Σημειώνεται δε ότι, όπως καταδεικνύεται από την υπόθεση Sodium Gluconate[820], η Ευρωπαϊκή Επιτροπή δύναται να εφαρμόσει αναδρομικά τις Κατευθυντήριες του 2006, όταν μία τέτοια αντιμετώπιση θα οδηγούσε σε λιγότερο βαρύ πρόστιμο[821]. Στη συγκεκριμένη περίπτωση, συγκρίνοντας για τον υπολογισμό του προστίμου τη νεότερη διάταξη του αρ. 25 παρ. 2 περ. α) του ν. 3959/2011 και την προϊσχύουσα του αρ. 9 παρ. 2 εδ. β΄ του ν. 703/1977 διαπιστώνεται ότι η ρύθμιση του άρθρου 25, παρ. 2 περ.α) ν. 3959/2011, παρότι τα κριτήρια υπολογισμού του προστίμου παραμένουν κατ’ ουσίαν τα ίδια, είναι επιεικέστερη στο σύνολό της διότι το ανώτατο όριο του προστίμου μειώθηκε με τη νεότερη διάταξη από 15% που καθοριζόταν με προϊσχύουσα διάταξη σε 10% του συνολικού κύκλου εργασιών. Συνεπώς, εν προκειμένω εφαρμοστέο είναι το άρθρο 25 παρ. 2 του ν. 3959/2011[822].

429) Εν γένει, κατά την άσκηση της ανωτέρω αρμοδιότητάς της, η ΕΑ έχει ευρεία διακριτική ευχέρεια (εντός του κατά το νόμο ανώτατου ορίου) για τη συγκεκριμενοποίηση του εκάστοτε επιβληθησόμενου προστίμου, προκειμένου να διασφαλίζεται με επάρκεια το επιδιωκόμενο αποτρεπτικό αποτέλεσμα.

430) Σύμφωνα με το άρθρο 25 παρ. 2 στοιχ α΄ του ν. 3959/2011, για τον καθορισμό του ύψους του προστίμου λαμβάνονται υπόψη η σοβαρότητα, η διάρκεια, η γεωγραφική έκταση της παράβασης, η διάρκεια και το είδος της συμμετοχής στην παράβαση της συγκεκριμένης επιχείρησης, καθώς και το οικονομικό όφελος που αποκόμισε. Ανάλογες διατάξεις ισχύουν και στο ενωσιακό δίκαιο[823]. Βάσει της πρακτικής της ΕΑ και στο πνεύμα της Ανακοίνωσης της 12.05.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων, η ΕΑ καθορίζει το βασικό ποσό του προστίμου σε συνάρτηση με τα προβλεπόμενα κάθε φορά στο νόμο κριτήρια[824].

Ανταγωνισμού κατ΄ εφαρμογή της παραγράφου 6,ε) να απειλήσει πρόστιμο κατά την παράγραφο 2α ή την παράγραφο 2β ή και τα δύο σε περίπτωση συνέχισης ή επανάληψης της παράβασης,στ) να επιβάλει το επαπειλούμενο πρόστιμο κατά την παράγραφο 2α ή την παράγραφο 2β ή και τα δύο όταν με απόφαση της βεβαιώνεται η συνέχιση ή επανάληψη της παράβασης ή η παράλειψη εκπλήρωσης αναληφθείσας από τις επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων δέσμευσης, η οποία έχει καταστεί υποχρεωτική με απόφαση κατ’ εφαρμογή της παραγράφου 6.

2. α) Το πρόστιμο που επαπειλείται ή επιβάλλεται κατά την περίπτωση δ΄, ε΄ και στ΄ της παραγράφου 1 μπορεί να φτάνει μέχρι ποσοστού δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης της χρήσης κατά την οποία έπαυσε η παράβαση ή, αν αυτή συνεχίζεται μέχρι την έκδοση της απόφασης, της προηγούμενης της έκδοσης της απόφασης χρήσης. Σε περίπτωση ομίλου εταιρειών, για τον υπολογισμό του προστίμου, λαμβάνεται υπόψη ο συνολικός κύκλος εργασιών του ομίλου. Για τον καθορισμό του ύψους του προστίμου λαμβάνονται υπόψη η σοβαρότητα, η διάρκεια, η γεωγραφική έκταση της παράβασης, η διάρκεια και το είδος της συμμετοχής στην παράβαση της συγκεκριμένης επιχείρησης, καθώς και το οικονομικό όφελος που αποκόμισε. Εφόσον είναι δυνατόν να υπολογιστεί το ύψος του οικονομικού οφέλους της επιχείρησης από την παράβαση, το ύψος του επιβαλλόμενου προστίμου δεν μπορεί να είναι μικρότερο από αυτό, ακόμα και αν υπερβαίνει το ποσοστό που ορίζεται στο πρώτο εδάφιο της παρούσας. β) Το πρόστιμο που προβλέπεται στις περιπτώσεις ε΄ και στ΄ της παραγράφου 1 ανέρχεται μέχρι του ποσού των δέκα χιλιάδων (10.000) ευρώ για κάθε ημέρα καθυστέρησης συμμόρφωσης προς την απόφαση και από την ημερομηνία που θα ορίσει η απόφαση. […]».

[818] Επισημαίνεται ότι η εν λόγω διάταξη προβλέπει δυο νέα κριτήρια υπολογισμού του προστίμου, τα οποία η ΕΑ λάμβανε ούτως ή άλλως υπόψη της και υπό το καθεστώς του ν. 703/1977, βάσει των προβλέψεων της Ανακοίνωσής της 12.05.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων.

[819] Βλ. ΕΔΔΑ Απόφαση της 17.09.2009, Scoppola v.Italy, (διαθέσιμη στην ιστοσελίδα του ΕΔΔΑ: http://hudoc.echr.coe.int/sites/fra/pages/search.aspx?i=001-94135#{%22itemid%22:[%22001-94135%22]}) σκ. 109, όπου έκρινε ότι συνιστά παραβίαση του άρθρου 7 της ΕΣΔΑ η μη εφαρμογή μεταγενέστερης ευνοϊκότερης διάταξης, με αναφορά, μεταξύ άλλων, και στο Διεθνές Σύμφωνο Ατομικών και Πολιτικών Δικαιωμάτων του ΟΗΕ (άρθ. 15), στην Αμερικανική Σύμβαση για τα Ανθρώπινα Δικαιώματα (άρθ. 9), στο Χάρτη Θεμελιωδών Δικαιωμάτων της ΕΕ (άρθ. 49) και στη νομολογία του ΔΕΕ, C-387/02, 391/02 και 403/02, Berlusconi κ.α., Συλλ. 2005, σ. I-3565, σκ. 66-69· πρβλ. και ΣτΕ 2233/2009, σκ. 5 και νομολογία στην οποία παραπέμπει, ιδίως ΣτΕ 886/2000, σκ. 5, καθώς και ΔιοικΕφΑθ 292/2009, σκ. 6, και αποφάσεις C-201/09 και C-216/09, ArcelorMittal Luxembourg SA κ. Επιτροπής (μη δημοσιευμένη ακόμα στη Συλλογή), σκ. 72, C-189/02 P, Dansk Rørindustri κλπ. κατά Επιτροπής, Συλλ. 2005, σ. I-5425, σκ. 217-233, και C-397/03 P, Archer Daniels Midland και Archer Daniels Midland Ingredients κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σ. I-4429, σκ. 21-26, ΣτΕ 4256/2001, 418/2005.

[820] T-329/01, ADM v. Commission, Συλλ. 2006, σελ. II-3268, σκ. 374.

[821] Βλέπε επίσης σχετικά τις συνεκδικασθείσες υποθέσεις C-387, 391 & 403/02, Criminal Proceedings against Silvio Berlusconi and Others, Συλλ. 2005, σελ. I-3565, σκ. 157.

[822] Βλ. Απόφαση ΕΑ 520/VI/2011 (TASTY) παρ. 355 και ΔΕφΑθ 869/2013, Tasty κατά ΕΑ, σκ. 44.

[823] Βλ. άρθρο 23 του Κανονισμού 1/2003 της 16ης Δεκεμβρίου 2002, ΕΕ L 1, σ.1.

[824] Σύμφωνα και με την προαναφερθείσα Ανακοίνωση της 12.05.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων (βλ. ιδίως παρ. 10) προκειμένου να αξιολογηθεί η σοβαρότητα μίας παράβασης, η ΕΑ λαμβάνει, ιδίως, υπόψη της το είδος της παράβασης, τα αντιανταγωνιστικά αποτελέσματα που προκλήθηκαν ή απειλήθηκε να προκληθούν στην αγορά, το ειδικό βάρος της κάθε επιχείρησης στη σχετική αγορά, το οικονομικό όφελος που αποκόμισε ο παραβάτης, την οικονομική δύναμη της επιχείρησης που παραβιάζει τους κανόνες ανταγωνισμού στη σχετική αγορά, καθώς και την έκταση της γεωγραφικής αγοράς. Ιδίως η επιβολή αποκλειστικότητας από δεσπόζουσα επιχείρηση θεωρείται μία εκ των πλέον σοβαρών παραβάσεων του δικαίου του ανταγωνισμού και πρέπει να τιμωρείται αυστηρά και παρα-

Εν συνεχεία, εφόσον το κρίνει σκόπιμο, προσαυξάνει ή μειώνει το βασικό ποσό, ανάλογα με το εάν συντρέχουν αντίστοιχα επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις[825]. Ειδικότερα, το βασικό ποσό του προστίμου προκύπτει ως εξής:

α) ορίζεται ποσοστό ύψους μέχρι 30% επί των ετήσιων ακαθάριστων εσόδων της επιχείρησης από προϊόντα που αφορούν στην παράβαση με κριτήριο τη σοβαρότητα αυτής, και

β) το ποσό αυτό υπολογίζεται επί των ετήσιων ως άνω εσόδων για κάθε έτος της παράβασης[826].

431) Εν προκειμένω, η περιγραφείσα ανωτέρω παράβαση επηρεάζει, άμεσα ή έμμεσα, την εγχώρια αγορά των καλλυντικών προϊόντων υψηλής ποιότητας και τιμής. Επομένως, ως βάση για τον υπολογισμό του προστίμου θα πρέπει να ληφθεί υπόψη ο κύκλος εργασιών που πραγματοποίησε κατ’ έτος η εκάστοτε εμπλεκόμενη επιχείρηση από τη δραστηριότητά της στην ανωτέρω σχετική αγορά στην ελληνική επικράτεια και για τη χρονική περίοδο συμμετοχής εκάστης επιχείρησης στη διαπιστούμενη παράβαση, όπως αυτή προσδιορίζεται κατωτέρω.

432) Για τον υπολογισμό της διάρκειας της παράβασης λαμβάνεται υπόψη το χρονικό διάστημα, κατά το οποίο η αντι-ανταγωνιστική συμπεριφορά έχει εκδηλωθεί στην πράξη.

433) Είναι σαφές ότι η επιβολή του προστίμου πρέπει να έχει διττό χαρακτήρα: κυρωτικό-κατασταλτικό για τις επιχειρήσεις εκείνες (ή την επιχείρηση εκείνη) ή την ένωση επιχειρήσεων που παραβιάζουν τους κανόνες του ανταγωνισμού και αποτρεπτικό για τις υπόλοιπες επιχειρήσεις που δεν εμπλέκονται στην παράβαση. Στη διάκριση αυτή προβαίνει τόσο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και η ΕΑ. Ειδικότερα, όπως προβλέπεται στην σχετική Ανακοίνωση της Ευρωπαϊκής Επιτροπής[827], τα πρόστιμα που επιβάλλονται ως κύρωση στις εμπλεκόμενες επιχειρήσεις έχουν αφενός, ως προς αυτές, ειδικό αποτρεπτικό αποτέλεσμα κι αφετέρου, για τις υπόλοιπες μη εμπλεκόμενες, γενικό αποτρεπτικό αποτέλεσμα. Το γενικό αποτρεπτικό αποτέλεσμα έχει ως σκοπό την αποτροπή των μη εμπλεκομένων επιχειρήσεων από την υιοθέτηση συμπεριφοράς αντίθετης στα άρθρα 81, 82 της Συνθήκης. Αποτρεπτικό μέσο εφαρμογής παράνομων πρακτικών αποτελεί και η επιβολή ενός συγκεκριμένου ποσού ανεξαρτήτως της διάρκειας της παράβασης, που θα κυμαίνεται από 15% έως 25% της αξίας των πωλήσεων του σχετικού κύκλου εργασιών της εμπλεκόμενης επιχείρησης[828].

434) Συνάγεται από τα ανωτέρω ότι η επιβολή προστίμου συνιστά το βασικότερο μάλλον μέσο που έχει στη διάθεσή της τόσο η Ευρωπαϊκή Επιτροπή όσο και η ΕΑ για την επίτευξη της προστασίας του ελεύθερου ανταγωνισμού σε κοινοτικό και εθνικό επίπεδο αντίστοιχα. Επομένως, η προστασία επιτυγχάνεται ex post διά της επιβολής προστίμου στις παραβαίνουσες τους κανόνες ανταγωνισμού επιχειρήσεις ή ενώσεις επιχειρήσεων κι ex ante[829] για τις υπόλοιπες (τις μη εμπλεκόμενες δηλ. στην παράβαση για την οποία επιβλήθηκε το πρόστιμο) λειτουργώντας αποτρεπτικά σε σχέση με την ενδεχόμενη πρόθεση υιοθέτησης ή ακόμη και συνέχισης αντι-ανταγωνιστικών συμπεριφορών (εννοείται άλλων από αυτές για τις οποίες επιβλήθηκε το πρόστιμο). Τα παραπάνω είναι σκόπιμο, αλλά και αναγκαίο να λαμβάνονται υπόψη από τα Διοικητικά Δικαστήρια, στις περιπτώσεις που αυτά εκδικάζουν προσφυγές κατά αποφάσεων της ΕΑ, με τις οποίες έχουν επιβληθεί πρόστιμα σε επιχειρήσεις (και ιδίως σε μεγάλου μεγέθους επιχειρήσεις). Και ναι μεν η αρχή της αυτοδέσμευσης δεν δεσμεύει και τα διοικητικά δικαστήρια, ωστόσο τα τελευταία είναι σκόπιμο να έχουν αφομοιώσει και κατανοήσει τη σημασία και το πνεύμα των αναφερομένων στις επίμαχες κατευθυντήριες γραμμές ζητημάτων που αφορούν την επιβολή του προστίμου. Εάν αυτό δεν το πράξει ο Διοικητικός Δικαστής είναι ενδεχόμενο αυτός τελικά δια της απόφασής του να συμβάλει άθελά του στην εν τοις πράγμασι κατάργηση του γενικού αποτρεπτικού αποτελέσματος του επιβληθέντος τελικά προστίμου, με ό,τι αυτό μπορεί να συνεπάγεται, όπως αναλύθηκε ανωτέρω.

435) Εννοείται ότι η επιβολή του προστίμου θα πρέπει βεβαίως να έχει κυρωτικό, όχι όμως εξοντωτικό χαρακτήρα, ώστε να θέτει σε κίνδυνο την οικονομική βιωσιμότητα των εμπλεκομένων επιχειρήσεων. Σε αντίθετη περίπτωση θα πρόκειται για πρόκληση ανεπανόρθωτης περιουσιακής βλάβης και οικονομικής ζημίας, η οποία είναι δυνατόν να τις οδηγήσει σε οικονομική κατάρρευση, ενδεχόμενο το οποίο φυσικά θα πρέπει να λαμβάνεται πρωτίστως υπόψη ιδίως εν μέσω της περιόδου δεινής κρίσης που διάγει η Χώρα εδώ και επτά περίπου χρόνια. Συνάγεται επομένως ότι ratio της επιβολής προστίμου είναι η συμμόρφωση των εμπλεκομένων επιχειρήσεων και όχι η οικονομική αυτών εξόντωση.

436) Σύμφωνα με τη νομολογία των διοικητικών δικαστηρίων, για τις παραβάσεις των διατάξεων του άρθρου 1 ν. 703/1977 και των αντίστοιχων ενωσιακών διατάξεων του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ νομίμως επιβάλλεται ενιαίο πρόστιμο, αφού αποτελούν κατ’ ουσίαν την ίδια παράβαση που βασίζεται σε ίδιες προϋποθέσεις, ενώ η επιβολή κύρωσης για καθεμία από αυτές αποβλέπει στον ίδιο σκοπό[830]. Κατά συνέπεια, στην παρούσα υπόθεση, μπορεί να επιβληθεί ενιαίο πρόστιμο για τις παραβάσεις των άρθρων 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ, που θεμελιώνονται στις ίδιες προϋποθέσεις[831]. Αντίθετα, λαμβάνοντας υπόψη την πρόσφατη νομολογία των διοικητικών

δειγματικά (βλ. ιδίως παρ. 11 προαναφερόμενης Ανακοίνωσης της 12.05.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων). Πρβλ. και Κατευθυντήριες γραμμές ΕΕπ. για την επιβολή προστίμων κατ’ εφαρμογή του άρθρου 23 του Κανονισμού (ΕΚ) 1/2003, ΕΕ 2006, C 210, σ. 2.

[825] Βλ. ιδίως παρ. 5-6 προαναφερόμενης Ανακοίνωσης.

[826] Βλ. ιδίως παρ. 8 προαναφερόμενης Ανακοίνωσης.

[827] Βλ. παρ. 4 προαναφερόμενης Ανακοίνωσης.

[828] Βλέπε σχετικά παρ. 7, 8 και 25 της προαναφερθείσας Ανακοίνωσης.

[829] Korah V., An Introductory Guide to E.C. Competition Law and Practice, Hart Publishing, 9th ed., σελ. 307, όπου υποστηρίζεται ότι: “It is vital that competition analysis should be made ex ante […]”.

[830] ΕΑ 520/VI/2011 παρ. 360, τελ.εδάφιο, ΔΕφΑθ 2265/2010, παρ. 44.

[831] ΕΑ 520/VI/2011, παρ. 361.

δικαστηρίων[832], όταν οι καταλογιζόμενες παραβάσεις είναι αυτοτελείς και θεμελιωμένες σε διαφορετικές προϋποθέσεις, τότε πρέπει να υπολογιστεί και να επιβληθεί πρόστιμο χωριστά για κάθε μια από τις καταλογισθείσες παραβάσεις. Ως εκ τούτου, το πλαφόν του 15% (νυν 10%) υπολογίζεται χωριστά για κάθε μία από αυτές τις παραβάσεις. Αναφορικά με τις εταιρίες οι οποίες βρίσκονται σε καθεστώς πτώχευσης, υπογραμμίζεται ότι έχει κριθεί ότι από τη δημοσίευση της απόφασης που κηρύσσει την πτώχευση μέχρι την παύση των εργασιών, ο πτωχεύσας εκπροσωπείται από το σύνδικο, ενώ το καταλογισθέν με πράξη της ΕΑ πρόστιμο αποτελεί χρέος που ανήκει στην πτωχευτική περιουσία και τη δίκη νομιμοποιείται να συνεχίσει ο σύνδικος[833]. Εν προκειμένω, σύμφωνα με τα στοιχεία που παρατίθενται ανωτέρω[834], προκύπτει ότι για τη […][835]. Σημειώνεται πάντως για λόγους πληρότητας ότι, όπως έχει γίνει δεκτό[836], εάν οι αρχές ανταγωνισμού ήταν υποχρεωμένες κατά τον καθορισμό του ποσού του προστίμου να λαμβάνουν υπόψη την ελλειμματική οικονομική κατάσταση μιας επιχείρησης, η αναγνώριση μιας τέτοιας υποχρεώσεως θα κατέληγε να δώσει αδικαιολόγητο ανταγωνιστικό πλεονέκτημα στις επιχειρήσεις που είναι οι λιγότερο προσαρμοσμένες στις συνθήκες της αγοράς[837].

Θ.9.2. Ως προς τη σοβαρότητα των παραβάσεων

437) Προκειμένου να αξιολογηθεί η σοβαρότητα μίας παράβασης, η ΕΑ λαμβάνει υπόψη της ιδίως το είδος της παράβασης, τα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα που προκλήθηκαν ή απειλήθηκε να προκληθούν στην αγορά, το ειδικό βάρος της κάθε επιχείρησης στην παράβαση, το οικονομικό όφελος που αποκόμισε ή επιδίωξε να αποκομίσει ο παραβάτης, την οικονομική δύναμη της επιχείρησης που παραβιάζει τους κανόνες ανταγωνισμού στη σχετική αγορά και την έκταση της γεωγραφικής αγοράς[838]. Εν προκειμένω διαπιστώνονται τα ακόλουθα:

438) Ως προς τη φύση των παραβάσεων, σημειώνεται ότι οι οριζόντιες συμφωνίες καθορισμού τιμών είναι από τη φύση τους μεταξύ των πλέον επιζήμιων περιορισμών του ανταγωνισμού[839]. Όπως αναλύθηκε εκτενώς ανωτέρω, οι εμπλεκόμενες έξι επιχειρήσεις προέβησαν, σε οριζόντια συμφωνία ή /και εναρμονισμένη πρακτική με αντικείμενο τον άμεσο ή έμμεσο καθορισμό τιμών, ο οποίος αποτελεί εξ αντικειμένου περιορισμό του ανταγωνισμού ιδιαίτερης σοβαρότητας. Οι επιβαλλόμενες κυρώσεις για τέτοιου είδους ιδίως οριζόντιες πρακτικές, οι οποίες συνιστούν ιδιαιτέρως σοβαρές παραβάσεις του δικαίου του ανταγωνισμού θα πρέπει να είναι αυστηρές και παραδειγματικές[840].

439) Αναφορικά με το ρόλο των εμπλεκομένων επιχειρήσεων, με δεδομένο το μέγεθος, τη φήμη και τη μακρόχρονη δραστηριότητα και εξειδίκευσή τους στην υπό εξέταση σχετική αγορά, συνάγεται ότι διέθεταν τις γνώσεις και τα νομικο-οικονομικά μέσα που χρειάζονται, για να αξιολογήσουν τον παράνομο χαρακτήρα της συμπεριφοράς τους και των συνεπειών της υπό το πρίσμα του δικαίου του ελεύθερου ανταγωνισμού[841]. Οι εταιρίες χονδρικής ESTEE LAUDER, L’ OREAL, CHRISTIAN DIOR, ΠΝΓ, ΣΑΡΑΝΤΗΣ και NOTOS COM, οι οποίες από πλευράς μεριδίων κάλυπταν περίπου το 100% της σχετικής αγοράς, διαδραμάτισαν, κατά την πλειοψηφίσασα γνώμη, κυρίαρχο ρόλο στην υιοθέτηση και εφαρμογή της υπό εξέταση συμφωνίας και πρακτικής, καθώς είναι σαφές ότι οι συγκεκριμένες επιχειρήσεις ήταν με βεβαιότητα εκείνες που προχώρησαν στη σύσταση και την πραγματοποίηση της εν λόγω συμφωνίας κι επιπλέον παρακολουθούσαν συστηματικά την υλοποίηση και εφαρμογή της, απειλώντας με κυρώσεις, τις οποίες εφήρμοζαν στην περίπτωση μη τήρησης της συμφωνίας από κάποιο από τα άλλα μέρη (πράγμα το οποίο και συνέβη, κατά την πλειοψηφίσασα γνώμη, στην περίπτωση της NOTOS COM). Τα ανωτέρω ισχύουν τόσο για τις πρακτικές με οριζόντια διάσταση, όσο και για τις πρακτικές με κάθετη διάσταση, όπως αναλύθηκε διεξοδικά ανωτέρω.

440) Η διαπραγματευτική ισχύς των εμπλεκομένων μερών κάθε άλλο παρά αμελητέα μπορεί να θεωρηθεί. Ειδικότερα επισημαίνεται ότι στην παρούσα υπόθεση οι εταιρίες χονδρικής πώλησης έχουν διαπραγματευτική ισχύ, δεδομένου ότι τα προϊόντα ιδιαίτερα ισχυρών σημάτων που εμπορεύονται συγκαταλέγονται από τους καταναλωτές οπωσδήποτε μεταξύ των προϊόντων από τα οποία θα μπορούν να επιλέξουν, με αποτέλεσμα μια επιχείρηση που δεν τα προσφέρει στους πελάτες της να μην μπορεί να παραμείνει ανταγωνιστική στη αγορά[842]. Το γεγονός ότι η διαπιστωμένη αντι-ανταγωνιστική οριζόντια σύμπραξη είχε επιπλέον και διαπιστωμένη κάθετη έκφανση, όπως αυτή αναλύθηκε ανωτέρω σημαίνει ότι τα αντι-ανταγωνιστικά αποτελέσματα επήλθαν με βεβαιότητα, πράγμα το οποίο θα πρέπει να ληφθεί επίσης υπόψη κατά την επιμέτρηση του ύψους του προστίμου.

441) Όταν σε μια παράβαση εμπλέκονται περισσότερες επιχειρήσεις, είναι ενδεχομένως σκόπιμο να σταθμίζεται το ειδικό βάρος κάθε επιχείρησης και, κατ’ επέκταση, ο πραγματικός αντίκτυπος της παράνομης συμπεριφοράς της για τον ανταγωνισμό, ιδιαίτερα αν υφίστανται σημαντικές διαφορές ως προς το μέγεθος μεταξύ επιχειρήσεων που διαπράττουν το ίδιο είδος

[832] ΔΕφΑθ527/2016, με περαιτέρω παραπομπή στην απόφαση ΣτΕ 1881/2014.

[833] Βλ. Κ. Ρόκα: Πτωχευτικό Δίκαιο, Αθήνα 1967, παρ. 26, Α.Π. 367/1976 ΝοΒ 24.881.

[834] Ανωτέρω υπό παρ.32) (Γ.3. Εταιρίες (πρώην) ομίλου Γερολυμάτος).

[835] Ανωτέρω υπό παρ. 35) (Γ.3. Εταιρίες (πρώην) ομίλου Γερολυμάτος).

[836] Βλέπε 492/VI/2010 ΕΑ.

[837] βλ. Απόφαση ΔΕΚ C-308/04 P, SGL Carbon AG κατά Επιτροπής, Συλλ. 2006, σελ. I-5977, σκ. 105, όπου και παραπομπές σε πάγια νομολογία.

[838] Παρ. 10-11 της ως άνω Ανακοίνωσης της ΕΑ. Βλ. αντίστοιχες προβλέψεις στις κατευθυντήριες γραμμές ΕΕπ. για την επιβολή προστίμων κατ’ εφαρμογή του άρθ. 23 του ανωτέρω Κανονισμού ΕΕ 2006, C 210, σ.2.

[839] Ανακοίνωση ΕΕπ, ό.π., παρ. 23.

[840] Πρβλ. παρ. 11 της Ανακοίνωσης της ΕΑ.

[841] Βλέπε και Απόφαση ΕΑ 441/V/2009, σκ. VII.5.3, με παραπομπή σε σχετική νομολογία.

[842] Βλ. ανωτέρω υπό παρ. 419) (Θ.7.2. Σχέση οικονομικής εξάρτησης).

παράβασης[843]. Εν προκειμένω, μέσω της οριζόντιας σύμπραξης των εμπλεκομένων επιχειρήσεων καθώς και του γεγονότος των κάθετων εκφάνσεων αυτής, η οποία εφαρμόστηκε στην πράξη, συνάγεται ότι υπήρξε πραγματικός αντίκτυπος των αντιανταγωνιστικών πρακτικών, ο οποίος παρότι δεν είναι δυνατό να υπολογιστεί και προσδιορισθεί ποσοτικά, συντέλεσε ώστε να διατηρείται ένα υψηλότερο επίπεδο τιμών, να στεγανοποιείται η οικεία αγορά και να παγιώνεται η θέση των εμπλεκομένων μερών σε αυτή ιδίως από πλευράς μεριδίων[844], ώστε να αυξάνονται τα κέρδη τους σε βάρος των καταναλωτών.

442) Στο μέτρο που η επιμέτρηση του αποτρεπτικού χαρακτήρα του προστίμου είναι συνάρτηση του κέρδους που προσπορίζονται όσοι επωφελούνται από την εφαρμογή του παράνομου μέτρου, εξυπακούεται ότι κατά τον υπολογισμό του προστίμου πρέπει να λαμβάνονται υπόψη ως παραβάτες όλοι όσοι επωφελήθηκαν από τη εφαρμογή του επίμαχου μέτρου[845].

443) Ως προς τη γεωγραφική έκταση της παράβασης, σύμφωνα με όσα αναφέρονται ανωτέρω[846], οι υπό εξέταση πρακτικές αφορούν σε όλη την ελληνική επικράτεια.

444) Ως προς το οικονομικό όφελος που αποκόμισαν τα εμπλεκόμενα μέρη από την υπό εξέταση παραβατική συμπεριφορά δεν είναι δυνατόν να προσδιορισθεί με ακρίβεια. Σε κάθε περίπτωση πάντως επισημαίνεται ότι το επιβαλλόμενο πρόστιμο πρέπει να έχει και αποτρεπτικό, πέραν του κυρωτικού, χαρακτήρα[847]. Επίσης, το οικονομικό όφελος που επιδίωξαν να αποκομίσουν, παρότι και αυτό δεν είναι δυνατόν να προσδιορισθεί επακριβώς[848], είναι οπωσδήποτε σημαντικό, και συνδέεται με τη διάρκεια και το πρόσφορο των χρησιμοποιούμενων από αυτά αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών να τους αποδώσουν πολύ υψηλά οφέλη και να διατηρήσουν τη θέση τους στη σχετική αγορά.

445) Επίσης, αποδεικνύεται ότι η παράβαση όλων των ως άνω έξι (πέντε κατά την μειοψηφούσα γνώμη) εμπλεκομένων έγινε συνειδητά, καθώς όλοι οι εμπλεκόμενοι γνώριζαν ότι οι εν λόγω συμφωνίες (συμφωνία) αποσκοπούν στον περιορισμό του ανταγωνισμού και αυτόν τον περιορισμό επιδίωξαν[849].

446) Καμμία εκ των έξι - πέντε κατά τη μειοψηφούσα γνώμη - εμπλεκομένων στην παράβαση επιχειρήσεων δεν είχε περιφερειακό ρόλο. Αντίθετα, από τα στοιχεία του φακέλου της υπόθεσης, καθώς και από τα διαμειφθέντα στη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας, προκύπτει με βάση τα συγκλίνοντα στοιχεία που αναλύθηκαν ανωτέρω ότι και οι έξι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις αφενός συμμετείχαν άμεσα σε μία ή περισσότερες αντίθετες προς τους κανόνες του ανταγωνισμού συμπεριφορές που συνθέτουν μία ενιαία και διαρκή παράβαση, αφετέρου και με τη δική τους συμπεριφορά, ήθελαν να συμβάλουν στο σύνολο των κοινών σκοπών που επιδίωκαν οι λοιποί συμμετέχοντες στη σύμπραξη και ότι γνώριζαν το σύνολο των λοιπών παραβατικών συμπεριφορών τις οποίες είχαν κατά νου ή τις οποίες ακολουθούσαν οι εν λόγω συμμετέχοντες στη σύμπραξη επιδιώκοντας τους ίδιους σκοπούς ή ότι μπορούσαν ευλόγως να τις προβλέψουν και ότι αποδέχονταν τον σχετικό κίνδυνο[850].

Θ.9.3. Ως προς τη διάρκεια των παραβάσεων

447) Ως προς τη διάρκεια των παραβάσεων, σημειώνεται ότι παρουσιάζονται τα χρονικά διαστήματα κατά τα οποία εντοπίστηκαν οι ανωτέρω περιγραφόμενες πρακτικές, ανεξαρτήτως εάν αφορούν σε διαφορετική έκφανση παράβασης των άρθρων 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ (οριζόντιες ή κάθετες). Σε αυτό το πλαίσιο, κρίνεται σκόπιμο να επαναληφθούν και τα εξής: Κατά το χρονικό διάστημα των ετών 2006-2016, η έρευνα της ΓΔΑ ήταν ιδιαιτέρως συστηματική και εστιάστηκε στην αποστολή πολυάριθμων επιστολών παροχής στοιχείων, όπως και την πραγματοποίηση επιτόπιων ελέγχων. Σε συνέχεια των ανωτέρω ενεργειών, τα στοιχεία τα οποία συλλέγονταν ή προσκομίζονταν υποβάλλονταν σε λεπτομερή μελέτη και επεξεργασία, με αποτέλεσμα να παρουσιάζεται συχνά η ανάγκη αποστολής νέων ερωτηματολογίων, προκειμένου να αποκρυσταλλωθούν και να τεκμηριωθούν επαρκώς τα συμπεράσματα της εισήγησης που οδήγησε στην παρούσα απόφαση και ιδίως να προσδιοριστεί τόσο η έναρξη της παράβασης για έκαστη εμπλεκόμενη επιχείρηση όσο και η λήξη αυτής για έκαστη εμπλεκόμενη. Και τούτο διότι ήδη για το έτος 2001 και μετά είχαν ανευρεθεί διάσπαρτα στοιχεία (ιδίως, αλλά όχι μόνο, αποσπασματικά ανταλλαγή ηλεκτρονικών μηνυμάτων μεταξύ χονδρεμπόρων και διανομέων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής) που καταδείκνυαν μία σαφή μορφή επιβολής οριοθέτησης είτε τιμής είτε εύρους τιμής λιανικής πώλησης (προβαλλόμενης ενίοτε είτε ως συνιστώμενης ή προτεινόμενης είτε ως μέγιστης/ανώτατης[851], φαινομενικά όμως διότι de facto επρόκειτο

[843] Απόφαση ΕΕπ. 2003/675/ΕΚ, ο.π., σκ.385.

[844] Αυτό προέκυψε ιδίως από τα εξώδικα της CHRISTIAN DIOR και της ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ.

[845] Βλ. απόφαση ΕΑ 284/IV/2005, σελ. 5.

[846] Ανωτέρω υπό παρ. 100) επ. και ιδίως 101) (Ε.2. Σχετική γεωγραφική αγορά).

[847] Βλ. απόφαση ΕΑ Tasty 520/VI/2011 παρ. 356, ΔΕφΑθ 2094/2007 σκ. 12.

[848] Σύμφωνα με το άρθρο 25 παρ. 2 α) ν. 3959/2011, εφόσον είναι δυνατόν να υπολογιστεί το ύψος του οικονομικού οφέλους της επιχείρησης από την παράβαση, το ύψος του επιβαλλόμενου προστίμου δεν μπορεί να είναι μικρότερο από αυτό.

[849] Απόφαση ΕΑ 441/V/2009, σκ. VII.5.1, τελ.παράγραφος, με παραπομπή σε σχετική νομολογία.

[850] Πρβλ. συνεκδικασθείσες C-293/13 P & C-294/13 P, Fresh Del Monte Produce v. Commission, Συλλ. 2015, σελ. 416, παρ. 159, καθώς επίσης και Επιτροπή κατά Verhuizingen Coppens, C-441/11 P, Συλλ. 2012, σελ. 778, παρ. 44.

[851] Βλέπε πχ την υπ’ αριθμ. 4892/3.8.2006 επιστολή, όπου ο […] (Γεν. Δ/ντής και Δ/νων Σύμβουλος της L’OREAL) σχετικά με τους τιμοκαταλόγους, δήλωσε ότι η εταιρία καθορίζει μόνο τη μέγιστη λιανική τιμή μεταπώλησης. Επίσης, δήλωσε ότι «η χονδρική τιμή είναι η τιμή πώλησης τιμοκαταλόγου προς τους πελάτες μας. Η μέγιστη λιανική τιμή αφήνει σημαντικότατο περιθώριο και αποτελεί όριο προσδιορισμού, κατά την κρίση μας, του ύφους και του κύρους κάθε προϊόντος», όπως επίσης ότι «λόγοι διαφάνειας αλλά και επικοινωνίας της μέγιστης λιανικής τιμής επιβάλλουν την σύνταξη των τιμοκαταλόγων».

για επιβαλλόμενη/καθοριζόμενη[852]) από την πλευρά των χονδρεμπόρων[853], η οποία επιβολή (έμμεση τουλάχιστον) με βάση το ατομικό μερίδιο εκάστου χονδρεμπόρου δεν μπορούσε να εξηγηθεί/αιτιολογηθεί με κανέναν άλλο τρόπο, παρά μόνο με βάση την ερμηνεία ότι αυτή η αποτελεσματική επιβολή οφείλονταν στην καρτελικού τύπου σύμπραξη που είχε προηγηθεί και ήταν ήδη τότε σε ισχύ μεταξύ των εμπλεκομένων στην παρούσα υπόθεση χονδρεμπόρων αποτελώντας κάθετη έκφανση αυτής, σε αναπόσπαστη συνάρτηση με το γεγονός ότι οι συγκεκριμένοι χονδρέμποροι (μολονότι έκαστος με μέτριο ή μικρό μερίδιο) όλοι πωλούσαν χονδρικώς πολύ ισχυρά σήματα, που ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι δεν θα έχει στα ράφια του, όπως επίσης ταυτόχρονα ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής μπορούσε να διανοηθεί ότι θα «πάει κόντρα» στην καρτελικού τύπου σύμπραξη των χονδρεμπόρων αυτών των σημάτων[854]. Είναι σαφές, με βάση τα στοιχεία

[852] Αποκαλυπτικά είναι τα σχέδια επιστολών ανευρεθέντα κατά τον επιτόπιο έλεγχο στην CHRISTIAN DIOR - με διαφοροποίηση μεταξύ τους μόνο στο ποσοστό της επιπλέον έκπτωσης, βάσει των υπαρχουσών συμφωνιών (βλ. υπ’ αρ. 15-20 ληφθέντα έγγραφα κατά τον έλεγχο της 21.7.2006 στο γραφείο του […] στην CHRISTIAN DIOR) - χωρίς ημερομηνία, από την CHRISTIAN DIOR προς τα καταστήματα λιανικής GALLERIE, PATISTAS, SPRING TIME, ΛΑΜΠΡΟΠΟΥΛΟΣ και ΜΠΕΖΑΣ Ι.), με τα οποία ενημερώνονται τα εν λόγω καταστήματα για το νέο τιμοκατάλογο της CHRISTIAN DIOR, ομοίου περιεχομένου. Ειδικότερα, αναγράφονται, μεταξύ άλλων, τα εξής: «…έχουμε μειώσει δραστικά τις τιμές 73 σημαντικών κωδικών […] Αντίστοιχα στις τιμές λιανικής οι μειώσεις φθάνουν έως 43%. Η εφαρμογή του τιμοκαταλόγου μας συνεπάγεται αύξηση του περιθωρίου κέρδους σας από το σημερινό 23,2% σε 39,02% για τους ανωτέρω 73 κωδικούς, ενώ για τους υπόλοιπους παραμένει το ίδιο. Οι 73 αυτοί κωδικοί αντιπροσωπεύουν ποσοστό μεγαλύτερο του 35% το συνολικού μας τζίρου οπότε και υπολογίζουμε μεσοσταθμικά την αύξηση του περιθωρίου σας βάσει του τιμοκαταλόγου κατά 6%.[…] Μέσα από αυτή τη διαδικασία επιτυγχάνουμε: 1. Εναρμόνιση των τιμών στο επιθυμητό ευρωπαϊκό επίπεδο. […]…».

Σε άλλη περίπτωση, λόγου χάριν, η […]– Διευθύντρια Αγορών της SEPHORA ΜΑΡΙΝΟΠΟΥΛΟΣ (Απαντώντας σε ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της SEPHORA (Σχετική εντολή ελέγχου με α.π. 3943/4.7.2006), δήλωσε ότι «Σε γενικές γραμμές πάντως ακολουθούνται οι προτεινόμενες τιμές». Επίσης, ο […]- Διευθυντής Ανάπτυξης της εταιρίας GALERIE DE BEAUTE, κατά τη διάρκεια του από 12.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο (βλ. ιδίως ερωτήσεις 3-9) δήλωσε ότι «ακολουθούμε τις προτεινόμενες τιμές, γιατί τις ακολουθεί ο ανταγωνισμός». Προς επίρρωση αυτής της θέσης, η […] (βοηθός λογιστή στην GALERIE DE BEAUTE) ως προς τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση καλλυντικών προϊόντων δήλωσε ότι αυτός «καθορίζεται από τις προμηθεύτριες εταιρείες. Καθορίζουν το κέρδος. Συνήθως 12% είναι το κέρδος του ομίλου Galerie de Beaute. Οι τιμοκατάλογοι έχουν προτεινόμενες τιμές τις οποίες η Galerie de Beaute ακολουθεί. Τις ακολουθεί και όλη η αγορά. Επί της προτεινόμενης τιμής αφαιρείται ένα 30% και προκύπτει η τελική τιμή του ραφιού». [Έμφαση δίδεται από την ΕΑ]. Επίσης, η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ στην υπ’ αριθμ. 4805/28.7.06 επιστολή της αναφορικά με τη σκοπιμότητα ύπαρξης τιμοκαταλόγων με τιμές λιανικής σημειώνει χαρακτηριστικά ότι «Οι προτεινόμενες λιανικές τιμές και στη συνέχεια ο τιμοκατάλογος προτείνεται από τον ξένο οίκο και μάλιστα αποτελεί αναπόσπαστο τμήμα της Σύμβασης Διανομής που διέπει τη συνεργασία μεταξύ προμηθευτή και τοπικού διανομέα. Αυτό το σκέλος της σύμβασης είναι το λεγόμενο Price Structure, βάσει του οποίου καθορίζονται και οι τιμές στις οποίες ο τοπικός διανομέας πραγματοποιεί αγορές από τον ξένο οίκο». [Έμφαση δίδεται από την ΕΑ]. Επιπροσθέτως, ενδεικτική και χαρακτηριστική στην προκειμένη περίπτωση είναι η κατάθεση του […] (Μέλους Διοικητικού Συμβουλίου της ROGE), ο οποίος απαντώντας σε σχετικό ερωτηματολόγιο κατά τη διάρκεια του από 5.7.2006 ελέγχου στα γραφεία της εταιρίας αναφορικά με την εμπορική πολιτική των καταστημάτων υπό το σήμα HONDOS CENTER, δήλωσε ότι: […] «Οι τιμοκατάλογοι με προτεινόμενες τιμές αποστέλλονται από τους προμηθευτές σε όλα τα καταστήματα απευθείας (και του ομίλου και άλλων). Δεν είναι γνωστό ποιος είναι αρμόδιος για την κατάρτισή τους. Οι προτεινόμενες είναι ανώτατες τιμές. Οι τιμοκατάλογοι αποστέλλονται και στα γραφεία στην Ομήρου 4 για τήρηση αρχείου». Επίσης, αναφορικά με τον τρόπο τιμολόγησης των υπό εξέταση προϊόντων, από τα καταστήματα του σήματος HONDOS CENTER ο […] δήλωσε ότι «Βάση αποτελούν οι τιμοκατάλογοι με τις προτεινόμενες τιμές. Οι τιμές αυτές προσαρμόζονται στον ανταγωνισμό. Το κάθε κατάστημα ξεχωριστά κάνει δειγματοληπτικούς ελέγχους στην περιοχή που δραστηριοποιείται. Γι’ αυτό το λόγο και οι τιμές διαφοροποιούνται από κατάστημα σε κατάστημα». [Έμφαση δίδεται από την ΕΑ].

[853] Γεγονός το οποίο άλλωστε επιβεβαιώθηκε με απόλυτο τρόπο κατά τη διάρκεια της ακροαματικής διαδικασίας. Βλ. ενδεικτικά σελ. 55 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, όπου αναφέρεται από τη συνήγορο της Estee Lauder το εξής: «Είναι πράγματι δεδομένο ότι η Estee Lauder έστελνε τιμοκαταλόγους. Αυτοί οι τιμοκατάλογοι ήταν διπλής λειτουργίας, είχαν δηλαδή και τιμές χονδρικής και κυρίως γι’ αυτό τους έστελνε, διότι επικοινωνούσε τις νέες τιμές χονδρικής και τις αναπροσαρμογές... μήσεις του τιμοκαταλόγου χονδρικής, είχε όμως και προτεινόμενες τιμές λιανικής. Γιατί; Διότι με βάση αυτή την προτεινόμενη τιμή λιανικής καθόριζε και τις παροχές της προς τον λιανέμπορο. Έδινε, δηλαδή, εκπτώσεις, ήταν ένα benchmark για να δίνει τις παροχές του λιανεμπορίου επί μίας ας πούμε ενδεικτικής προτεινόμενης τιμής.». Βλέπε επίσης ενδεικτικά σελ. 62 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, όπου αναφέρεται από το συνήγορο της Christian Dior το εξής: «Επίσης, άλλο θέμα, η εταιρία μας δεν έχει αποστείλει τιμοκαταλόγους με δεσμευτικές λιανικές τιμές πωλήσεως σε λιανεμπόρους. Αντιθέτως, ήταν προτεινόμενες τιμές και δεν χρειάζεται να επαναλάβουμε ότι οι προτεινόμενες τιμές, εφόσον πληρούν ορισμένα στοιχεία τα οποία πληρούνται στην περίπτωση αυτή, δεν συνιστούν οποιαδήποτε παράβαση του ανταγωνισμού. Αυτό που ανεβρέθη ως τους τιμοκαταλόγους, είναι ότι περιλάμβαναν και τιμές χονδρικής και προτεινόμενες τιμές λιανικής. Υπάρχει πολλές φορές και σε σχέση με τα στοιχεία αυτά μία παρερμηνεία ορισμένων εγγράφων και για τα οποία, για τα οποία εξάγονται συμπεράσματα διαφορετικά από αυτά που περιέχονται στα ίδια τα έγγραφα.».

Βλέπε επίσης και κατάθεση […], σελ. 109, από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 28ης Νοεμβρίου 2016, «Γινόντουσαν εκπτώσεις φυσικά, αλλά η αντιμετώπιση ήταν ίδια για όλες τις εταιρίες.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Η διαφωνία μας ήτανε ότι δεν μπορείς την ίδια στιγμή που έχεις 10 εταιρίες, μάλλον που έχεις τις δικές μας εταιρίες, να υπάρχει μια διακριτική μεταχείριση και να προσφέρεις στον τελικό καταναλωτή, που αν θέλετε μπαίνει στην ίδια σάλα, κάποια περισσότερα benefits το ένα πάνω στο άλλο.», κατάθεση του ιδίου, σελ. 119, «Θεωρώ ότι είχε δικαίωμα να έχει οποιεσδήποτε λιανικές, οτιδήποτε εκπτώσεις θέλει. Αυτό που μας έβρισκε αντίθετους ή διαφωνούσαμε ήταν το γεγονός ότι δεν υπήρχε, αν θέλετε, μια ίση αντιμετώπιση, ένα fair play ανάμεσα στους ανθρώπους που στηρίζαμε τα μαγαζιά όλο το χρόνο. Τίποτα άλλο.».

[854] Βλέπε πολύ χαρακτηριστικά σελ. 22 από το σχετικό απόσπασμα ΠΡΑΚΤΙΚΩΝ (Συνεδρίαση 93η) της 6ης Δεκεμβρίου 2016, κατάθεση […], ο οποίος σε ερώτηση του Προέδρου της ΕΑ «αν ήταν ενιαίες οι εκπτώσεις […] όλο το προηγούμενο διάστημα, τα προηγούμενα χρόνια και τι ήταν», απαντά επί λέξει «Στις μάρκες ήτανε ίδιες.». Και όταν ο Πρόεδρος επανέρχεται ρωτώντας αυτόν αν θεωρεί αυτό το γεγονός συμπτωματικό, αυτός επί λέξει απαντά «Νομίζω ότι ήταν μία πρακτική των λιανεμπόρων, στην οποία εμείς δεν είχαμε άποψη, να το πω έτσι.».

του φακέλου, ότι η λειτουργία της καρτελικής σύμπραξης των έξι εμπλεκομένων χονδρεμπόρων καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής διήρκεσε για σημαντικό χρονικό διάστημα και σε κάθε περίπτωση δεν επρόκειτο για στιγμιαία παράβαση. Άλλωστε, το περιεχόμενο και το ύφος των εξωδίκων που αντηλάγησαν μεταξύ των εμπλεκομένων επιχειρήσεων αυτό ακριβώς το γεγονός «φωτίζει» με τον πλέον απόλυτο τρόπο, προδιαθέτοντας από μόνο του για το αντίθετο. Η εξακολούθηση δε της ανταλλαγής των εξωδίκων μεταξύ των έξι εμπλεκομένων επιχειρήσεων το καλοκαίρι του 2006 με το ίδιο εν πολλοίς περιεχόμενο με αυτό των εξωδίκων της περιόδου Ιανουαρίου-Φεβρουαρίου 2006 (και όχι μόνο) του ίδιου έτους ανάμεσα στις ίδιες ακριβώς εταιρίες, καταδεικνύει ότι δεν επρόκειτο για ένα πρόσκαιρο και συγκυριακό φαινόμενο, αλλά, όπως προαναφέρθηκε, για μία συντονισμένη πρακτική μεταξύ υποτιθέμενων ανταγωνιστών με σημαντικό χρονικό βάθος. Ωστόσο, επειδή δεν κατέστη δυνατό να προσδιοριστεί για κάθε μία από τις έξι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις διακριτά πότε ακριβώς εκκίνησε η εμπλοκή αυτής εκάστην στην καρτελική σύμπραξη, λαμβάνεται υπόψη, με βάση τα στοιχεία του φακέλου, για όλες συνολικά τις εμπλεκόμενες ένα minimum χρονικό σημείο (ήτοι η 01.01.2005), για το οποίο με βάση ιδίως το περιεχόμενο του εξωδίκου που έκαστη εκ των έξι απέστειλε και έλαβε, συνάγεται ότι κατ’ ελάχιστον ένα χρόνο περίπου πριν την ανταλλαγή των επίμαχων εξωδίκων δεν μπορεί παρά το καρτέλ των έξι χονδρεμπόρων, οι οποίοι κάλυπταν εν πολλοίς σχεδόν το 100% της σχετικής αγοράς, να ήταν σε ισχύ και έκαστη εμπλεκόμενη να είχε μετά βεβαιότητας εμπλοκή σε αυτό[855]. Υπογραμμίζεται δε ότι για τις περισσότερες εκ των εμπλεκομένων[856] η συμμετοχή στο καρτέλ μπορεί να είχε εκκινήσει ήδη σε χρόνο πριν την 01.01.2005, ωστόσο, λόγω έλλειψης αξιόπιστων και αναλυτικών πληροφοριακών στοιχείων για τον παρελθόντα χρόνο, ως σημείο εκκίνησης της παράβασης και για τις έξι εμπλεκόμενες επιχειρήσεις τοποθετείται η αρχή του έτους 2005 (ήτοι 01.01.2005), δεδομένου ότι στην από 06.02.2006 εξώδικη απάντησηδήλωση διαμαρτυρία πρόσκληση της CHRISTIAN DIOR προς τη NOTOS αναφέρεται ότι η αποχώρηση των αισθητικών από τα καταστήματα της NOTOS «……έγινε σε ένδειξη διαμαρτυρίας κατά της αιφνιδιαστικής αλλαγής της πολιτικής των εκπτώσεων που ίσχυε αδιακρίτως όλα τα χρόνια της συνεργασίας μας …….». Επομένως, ο υπολογισμός του επιβλητέου προστίμου θα αρχίσει με βάση την παραδοχή ότι το καρτέλ εκκίνησε την 1η Ιανουαρίου 2005[857]. Εκτιμάται ότι η θέση αυτή συνάδει και με την πάγια ενωσιακή νομολογία, σύμφωνα με την οποία, λόγω της - στις περισσότερες περιπτώσεις - κρυφής φύσης των αντιανταγωνιστικών συμπράξεων, παρέχεται η δυνατότητα σε μία ελεγκτική αρχή να συμπληρώνει τα υφιστάμενα αποδεικτικά στοιχεία με τη χρήση τεκμηρίων και συμπερασμάτων, έτσι ώστε να μπορέσει να αποδείξει την ύπαρξη μίας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης, υπό την προϋπόθεση ότι «η δέσμη των ενδείξεων που επικαλείται το εν λόγω όργανο, συνολικώς εκτιμώμενη, να ανταποκρίνεται στην απαίτηση αυτή»[858]. Πολλώ δε μάλλον, από το μείζον στο έλλασσον, αυτό θα πρέπει να γίνει δεκτό ότι ισχύει όταν αναζητείται και είναι δυσχερές να εντοπιστεί μέσω αποσπασματικών μόνο εγγράφων αποδείξεων[859] το χρονικό σημείο εκείνο της έναρξης μίας τέτοιας παράβασης, λαμβανομένης βεβαίως υπόψη ιδίως της αρχής της ασφάλειας δικαίου, καθώς και της αρχής της αναλογικότητας, όπως και ελήφθη υπόψη στην εξεταζόμενη περίπτωση με τρόπο μάλιστα συσταλτικό, όπου τα αποδεικτικά στοιχεία, τουλάχιστον ως προς την απόδειξη της παράβασης, είναι αρκούντως ακριβή και συγκλίνοντα[860], ενώ το ακριβές χρονικό σημείο εκκίνησης της παράβασης για έκαστη εκ των εμπλεκομένων επιχειρήσεων είναι αδύνατο να εντοπιστεί εξαιτίας της αποσπασματικότητας[861] των εγγράφων αποδείξεων, η οποία οφείλεται στον κρυφό χαρακτήρα του καρτέλ.

[855] Έτσι, η νομική αξιολόγηση της διαπιστούμενης παραβατικής συμπεριφοράς εκ μέρους των έξι εμπλεκομένων επιχειρήσεων δεν επαφίεται σε κάποιο τυχαίο παράγοντα.

[856] Μόνη εξαίρεση η L’OREAL, όπως προκύπτει και από τη με αρ. πρωτ. 3808/01.06.2006 Εισήγηση (ιδίως παρ. 647).

[857] Πρβλ. IV/35.691/EE L24, της 30.01.1999, παρ. 143επ., όπου η Ευρωπαϊκή Επιτροπή έκρινε ότι: «[η] παράβαση συνεχίστηκε μέχρι το Μάρτιο του 1996 τουλάχιστον, όταν η Επιτροπή απηύθυνε αιτήσεις βάσει του άρθρου 11 του κανονισμού αριθ. 17 στους κύριους μετέχοντες. Μάλιστα, σε ορισμένες αγορές δεν αποκλείεται να συνεχίστηκε μέχρι τον Απρίλιο/Μάιο, ενώ στην περίπτωση της Ιταλίας, η παράβαση είναι πιθανό να διήρκεσε ακόμη περισσότερο, δηλαδή μέχρι τον Ιούνιο του 1996. Ακόμη και τώρα δεν υπάρχει καμία διασφάλιση για το ότι δεν εξακολουθεί να εφαρμόζεται κάποια μορφή αθέμιτης σύμπραξης. Ωστόσο, λόγω της έλλειψης αξιόπιστων και αναλυτικών πληροφοριακών στοιχείων για την ιταλική ομάδα επαφής, η Επιτροπή θα υπολογίσει τα επιβλητέα πρόστιμα με βάση την παραδοχή ότι το καρτέλ διήρκεσε μέχρι το Μάρτιο/Απρίλιο του 1996.» [υπογράμμιση γίνεται από την ΕΑ]. Διευκρινίζεται ότι γίνεται παραβολή και όχι παραπομπή της συγκεκριμένης απόφασης, επειδή το ως άνω σκεπτικό της αφορά στην αναζήτηση του χρόνου λήξης της παράβασης και όχι στην αναζήτηση του χρόνου έναρξης της παράβασης, όπως στην εξεταζόμενη περίπτωση. Ωστόσο, η όλη προβληματική παραμένει η ίδια και στις δύο περιπτώσεις.

[858] Βλ. συνεκδικασθείσες T-44/02 OP, T-54/02 OP, T-56/02 OP, T-60/02 OP και T-61/02 OP, Dresdner Bank AG etc v. Commission, παρ. 43.

[859] Πρβλ. συνεκδικασθείσες T-208/08 & T-209/08, Gosselin Group NV, παρ. 167.

[860] Πρβλ. Ζιάμου, Ανταγωνισμός και Διαδικαστικά Δικαιώματα στο Δίκαιο της Ευρωπαϊκής Ένωσης, Δημόσιο Δίκαιο 2016, 21, 25.

[861] Με βάση πάγια νομολογία, επειδή το έργο της τεκμηρίωσης ύπαρξης αντι-ανταγωνιστικών πρακτικών παρουσιάζει δυσχέρειες, εύλογα, ακόμη και αποσπασματικά στοιχεία δύναται να χρησιμοποιηθούν ως επιμέρους ψηφίδες που θα συνθέσουν μία συνολική εικόνα, υπό τη βασική προϋπόθεση της λογικής συναρμογής και επαγωγικής συμπλήρωσης των εν λόγω στοιχείων, προκειμένου από τις συγκεκριμένες επιμέρους ψηφίδες να συναχθεί με βεβαιότητα η συνολική εικόνα που θα οδηγήσει στο σχηματισμό πλήρους και βεβαίας δικανικής πεποίθησης. Πρβλ. T-67/00 JFE Engineering v. Commission, Συλλ. 2004, σελ. ΙΙ-2501, παρ. 179, καθώς και ΣτΕ 2007/2013, παρ. 17 και ΣτΕ 1939/2013, παρ. 10. Πρβλ. επίσης T-68, 77-78/89, T-77/89, SIV κ.λπ. κατά Επιτροπής, Συλλ.1992, σ. ΙΙ-1403, παρ. 325-328, T-305/94, T-306/94, T 307/94, T-313/94, T-314/94, T- 315/94, T-316/94, T-318/94, T-325/94, T-328/94, T-329/94 και T-335/94, Limburgse Vinyl Maatschappij Limburgse Vinyl Maatschappij κ.λπ. κατά Επιτροπής (PVC II), παρ. 768 -778, T-18/03, CD-Contact Data, παρ. 48-49, T-62/98. Πρβλ. και ΣτΕ 3064/2008, 1645-6/2005, 1056/2002, 53/1992, 1341/1997, 1056/2002 κ.ά.

448) Ένα μέλος, όμως της Επιτροπής, η Εισηγήτρια Λευκοθέα Ντέκα, μειοψήφησε αναφορικά με τη διαπίστωση του χρόνου έναρξης της συμμετοχής έκαστης από τις συμμετέχουσες στη σύμπραξη επιχειρήσεις σε αυτή. Επιπλέον όσων αναφέρονται ανωτέρω στην παράγραφο 338 σχετικά με το χρόνο έναρξης της διαπιστωθείσας σύμπραξης, σημειώνεται επιπροσθέτως αναφορικά με το χρόνο προσχώρησης έκαστης εμπλεκόμενης σε αυτή ότι συμφυής της ενιαίας και διαρκούς παράβασης είναι η ασύμμετρη συμμετοχή και, υπό προϋποθέσεις, ευθύνη των εμπλεκομένων σε αυτή επιχειρήσεων. Τυχόν έλλειψη αποδείξεων και ενδείξεων αναφορικά με τη διάρκεια συμμετοχής στην παράβαση έκαστης εμπλεκόμενης, δεν θεραπεύεται από την κρίση ότι η υπό εξέταση σύμπραξη είναι ενιαία και διαρκής [βλ. ΓενΔΕΕ Τ-208/08, Gosselin Group και Stichting Administratiekantoor Portielje κατά Επιτροπής, Συλλ. 2011, σελ. ΙΙ-3639, σκ. 167]. Συναφώς, η αρχή ανταγωνισμού οφείλει να αποδείξει επαρκώς κατά νόμο τόσο το χρόνο εκκίνησης της παράβασης όσο και το χρόνο έναρξης τέλεσης της παράβασης από κάθε συμπράττουσα. Στην ενωσιακή πρακτική και νομολογία, το χρονικό σημείο έναρξης τέλεσης της παράβασης από έκαστη συμπράττουσα επιχείρηση προσδιορίζεται κατ’ αρχήν με βάση το χρόνο συμμετοχής της σε επαφές με σχετικό αντι-ανταγωνιστικό περιεχόμενο [βλ. ενδεικτικά ΓενΔΕΕ Τ-423/10, Redaelli Tecna κατά Επιτροπής, απόφαση της 15 Ιουλίου 2015, αδημ., σκ. 194 επ., ΓενΔΕΕ Τ-389/10 και Τ-419/10, SLM κατά Επιτροπής, απόφαση της 15 Ιουλίου 2015, αδημ., σκ. 208 επ.] ή συνδέεται με το περιεχόμενο αναφοράς σε στοιχείο του φακέλου [βλ. ΠΕΚ Τ-66/01, Imperial Chemical Industries κατά Επιτροπής, Συλλ. 2010, σελ. ΙΙ-2631, σκ. 399] ή με πραγματικό περιστατικό που αποδείχθηκε κατά τη διοικητική διαδικασία και εντάσσεται στους μηχανισμούς της σύμπραξης [βλ. ΓενΔΕΕ Τ-240/07, Heineken Nederland και Heineken κατά Επιτροπής, Συλλ. 2011, σελ. ΙΙ-3355, σκ. 212 επ.] ή ακόμη και με γεγονός ή παράμετρο που να συνδέεται αιτιωδώς, έστω και απομακρυσμένα, με τη διαπιστούμενη παραβατική συμπεριφορά [βλ. ΓενΔΕΕ Τ 544/08, Hansen & Rosenthal και H&R Wax Company Vertrieb κατά Επιτροπής, απόφαση της 12 Δεκεμβρίου 2014, αδημ., σκ. 166 επ.]. Δύναται επίσης, να συναχθεί από την περιοδικότητα της ίδιας της συμπεριφοράς [βλ. ΓενΔΕΕ Τ 462/07, Galp Energía España κ.λπ. κατά Επιτροπής, απόφαση της 16 Σεπτεμβρίου 2013, αδημ., σκ. 503]. Εν προκειμένω, σαφής εκδήλωση της διαπιστωθείσας αντι-ανταγωνιστικής σύμπραξης υπήρξε μόνο το έτος 2006 [βλ. ανωτέρω παράγραφο 338], με την απόσυρση των αισθητικών συμβούλων των εταιριών χονδρικής από τα καταστήματα της NOTOS και την ανταλλαγή των σχετικών εξώδικων επιστολών, ενώ περαιτέρω δεν υφίστανται επαρκή κατά νόμο στοιχεία που να καταδεικνύουν πότε συνάφθηκαν οι διαπιστωθείσες οριζόντιες αντι-ανταγωνιστικές συμφωνίες/ πρακτικές, πότε έκαστη συμμετέχουσα συμφώνησε ή προσχώρησε σε αυτές και πότε ο καθορισμός λιανικών τιμών μεταπώλησης κατέστη έκφανση της οριζόντιας σύμπραξης. Συγκεκριμένα, δεν υφίστανται επαρκή κατά νόμο στοιχεία που να καταδεικνύουν πρώτον, πότε έλαβαν χώρα και μεταξύ ποιών πολυμερείς επαφές μεταξύ των μελών της σύμπραξης με αντικείμενο τον καθορισμό του ύψους των εκπτώσεων που θα χορηγούνταν από τα καταστήματα λιανικής κατά τη διάρκεια των εκπτωτικών περιόδων επί της λιανικής τιμής των προϊόντων και δεύτερον, πότε αποφασίσθηκε από τα μέλη της σύμπραξης η υλοποίηση της συμφωνίας περί καθορισμού του ύψους των εκπτώσεων κατά τις εκπτωτικές περιόδους (και) μέσω του μηχανισμού επιβολής λιανικών τιμών μεταπώλησης. Είναι δε νοητό [βλ. παράγραφο 357 της παρούσας] και δεν μπορεί να αποκλεισθεί σε επαρκή βαθμό δικανικής πεποίθησης (ιδίως αν ληφθεί υπόψη το γεγονός ότι έκαστη από τις εταιρίες χονδρικής, ακόμη και με μέτριο ή μικρό μερίδιο, πωλεί πολύ ισχυρά σήματα που ουδείς λιανέμπορος καλλυντικών υψηλής ποιότητας και τιμής έχει το περιθώριο να μην προσφέρει στα καταστήματά του [βλ. προηγούμενη παράγραφο]) το ενδεχόμενο, ο καθορισμός λιανικών τιμών μεταπώλησης από έκαστο χονδρέμπορο προς τους διανομείς του, ως αυτοτελής πρακτική, να προϋπήρχε της προαναφερόμενης οριζόντιας συμφωνίας, ενόψει και του ότι στα σχετικά στοιχεία δεν συναντώνται αναφορές στο ύψος των εκπτώσεων κατά τη διάρκεια των εκπτωτικών περιόδων [βλ. παράγραφο 325 της παρούσας και σχετικές υποσημειώσεις και παράγραφοι 359 επ.]. Βάσει των ανωτέρω, τα σχετικά ανά εταιρία στοιχεία περί καθορισμού των λιανικών τιμών μεταπώλησης, αποσπασματικά και διάσπαρτα χρονικά, δεν παρέχουν επαρκώς κατά νόμο σαφή ένδειξη ανά εμπλεκόμενη εταιρία ως προς το χρόνο ένταξής της στην αντι-ανταγωνιστική σύμπραξη. Συνεπώς, κατά την άποψη της μειοψηφούσας, ως χρόνος έναρξης της συμμετοχής έκαστης εμπλεκόμενης στην αντι-ανταγωνιστική σύμπραξη πρέπει να ορισθεί, ελλείψει άλλων σχετικών ενδείξεων, η προηγουμένη της έναρξης της χειμερινής εκπτωτικής περιόδου του έτους 2006.

449) Ως προς το χρόνο λήξης της παράβασης για έκαστη εμπλεκόμενη επιχείρηση σημειώνονται τα εξής:

450) Ειδικά για τη NOTOS, η ΕΑ κατά πλειοψηφία έκρινε ότι χρόνο λήξης της παράβασης συνιστά η ημερομηνία κατά την οποία η NOTOS υπέβαλε την καταγγελία της στην Επιτροπή Ανταγωνισμού, ήτοι στις 24.02.2006. Σημειώνεται ότι η NOTOS στην απαντητική της επιστολή προς τη ΓΔΑ[862] υποστήριξε ότι μέχρι τις 21.08.2006 καμία από τις λοιπές εμπλεκόμενες επιχειρήσεις δεν είχε επαναφέρει τις αισθητικές συμβούλους.

451) Κατά τα λοιπά, σε ό,τι αφορά τις εναπομείνασες πέντε εμπλεκόμενες επιχειρήσεις, η ΕΑ αποφάσισε να λάβει υπόψη της ως χρόνο λήξης της παράβασης διακριτά για έκαστη εμπλεκόμενη επιχείρηση την αλληλογραφία εκείνη και εν γένει τα στοιχεία εκείνα από τα οποία προκύπτει ή συνάγεται η διάρκεια της απουσίας των αισθητικών συμβούλων έκαστης επιχείρησης από τα καταστήματα NOTOS μετά την απόσυρσή τους, τον Ιανουάριο του 2006. Ειδικότερα, επισημαίνονται τα εξής:

452) Ως προς την ESTEE LAUDER, η παράβαση αυτής εκτείνεται τουλάχιστον έως και την 30.09.2006, δεδομένου ότι όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου η ESTEE LAUDER επανέφερε τις αισθητικούς της στις

[862] Αρ. πρωτ. 5268/21.08.2006 (ερωτ. 2).

29.09.2006. Συγκεκριμένα αυτό προκύπτει από το με αρ. πρωτ. 6295/09.10.2006 έγγραφο της NOTOS[863].

453) Ως προς τη ΣΑΡΑΝΤΗΣ, η παράβαση αυτής εκτείνεται τουλάχιστον έως και την 31.07.2006, δεδομένου ότι η συγκεκριμένη εταιρία είχε αποσύρει τις 2 από τις 3 αισθητικούς της κατά τις χειμερινές εκπτώσεις και έως τις 12.07.2006 (ημερομηνία αποστολής εξωδίκου της προς τη NOTOS[864]) δεν είχε επαναφέρει αυτές. Ειδικότερα, η ΣΑΡΑΝΤΗΣ ανέφερε ότι επανέφερε τη μία από τις τρεις αισθητικούς που απασχολούσε συνολικά στα καταστήματα της NOTOS COM (στο κατάστημα του Πειραιά), αμέσως μετά τη λήξη των εκπτώσεων που είχε ορίσει η NOTOS COM «και οι οποίες καθιστούσαν ασύμφορη την αγορά των προϊόντων της ΣΑΡΑΝΤΗΣ», και επομένως άνευ λόγου την παραμονή των αισθητικών[865].

454) Ως προς την L’OREAL, η παράβαση αυτής εκτείνεται τουλάχιστον έως και την 31.08.2006, δεδομένου ότι η συγκεκριμένη εταιρία είχε αποσύρει τις πέντε από τις επτά αισθητικές συμβούλους κατά τις χειμερινές εκπτώσεις και έως τη με αρ. πρωτ. 4892/03.08.2006 απαντητική επιστολή της δεν τις είχε επαναφέρει. Η NOTOS πάντως ισχυρίζεται ότι η L’ OREAL υποχρεώθηκε να διατηρήσει τις δύο (από τις επτά) αισθητικούς συμβούλους, δεδομένου ότι αυτές περιλαμβάνονταν στα μισθολόγια της NOTOS COM[866]. Επί των εν λόγω θεμάτων ρωτήθηκε σχετικά και η L’Oréal International[867], η οποία ανέφερε ότι το σύνολο της αλληλογραφίας με την NOTOS COM αφορά σε μία μόνο διαφορά μεταξύ τους, η οποία ανέκυψε τον Ιανουάριο του 2006 με αφορμή τις χειμερινές εκπτώσεις στην Ελλάδα[868]. Ωστόσο, ο ισχυρισμός αυτός έρχεται σε αντίθεση με το περιεχόμενο του από 13.07.2006 εξωδίκου της PLH, απευθυνόμενου προς τη NOTOS, όπου στην παρ. 4 του συγκεκριμένου εξωδίκου επί λέξει αναγράφονται τα εξής: «[…] μας αρκεί η διατυπωθείσα δήλωσή σας ότι δεν θα ξαναεπιχειρήσετε διακριτική μεταχείριση σε βάρος των προϊόντων μας και ότι θα δίναμε εντολή για την τοποθέτηση στα καταστήματά σας και άλλων αισθητικών.», ενώ στην παρ. 7 του ίδιου εξωδίκου αναφέρεται ότι «[σ]ε κάθε άλλη αντίθετη περίπτωση θα υποχρεωθούμε να αφαιρέσουμε οριστικά όλες τις αισθητικούς που παραμένουν στα καταστήματά σας καθώς και να λάβουμε και άλλα σε βάρος σας μέτρα, συμπεριλαμβανομένης της καταγγελίας, για λόγους αποκλειστικής σας υπαιτιότητας, όλων των μεταξύ μας συμβάσεων και της διακοπής κάθε μεταξύ μας συνεργασίας, και αυτό με την επιφύλαξη κάθε άλλου νομίμου δικαιώματός μας […]».

455) Ως προς την CHRISTIAN DIOR, η παράβαση αυτής εκτείνεται τουλάχιστον έως και την 31.08.2006, δεδομένου ότι η συγκεκριμένη εταιρία έως και τη με αρ. πρωτ. 4994/04.08.2006 απαντητική επιστολή της (ερωτ. 5) δεν είχε επαναφέρει τις αισθητικές συμβούλους. Συγκεκριμένα, η CHRISTIAN DIOR δεν επανατοποθέτησε αισθητικούς συμβούλους στα καταστήματα NOTOS GALLERIES έως και την 4.8.2006 (ημερομηνία αποστολής της σχετικής απάντησης στη ΓΔΑ), καθώς δεν είχε λάβει καμία επιβεβαίωση «προφορική ή γραπτή», από την NOTOS COM ότι θα έδινε την «πρέπουσα προσοχή» στα προϊόντα της και θα απείχε «από τις πρακτικές άνισης μεταχείρισης …που υιοθέτησε κατά τη διάρκεια των χειμερινών εκπτώσεων». Ανέφερε, επίσης ότι δεν παρέχει πάντα αισθητικούς συμβούλους σε καταστήματα λιανικής και δη σε μεσαίου μεγέθους, όπως είναι και τα καταστήματα NOTOS GALLERIES, ενώ τοποθετεί αισθητικούς σε αποκλειστική βάση σε καταστήματα είτε με υψηλό όγκο πωλήσεων είτε με προοπτικές ανάπτυξης πωλήσεων ή φήμης[869]. Δήλωσε επίσης, ότι συνεργάζεται κανονικά με την NOTOS COM, εκτελώντας πλήρως τις παραγγελίες κλπ και «έχοντας συνεχή εποπτεία και διαχείριση των σημείων πώλησης των προϊόντων μας από αισθητικούς επόπτες της PCD Hellas».

456) Ως προς τη ΠΝΓ, η παράβαση αυτής εκτείνεται τουλάχιστον έως και την 31.07.2006, δεδομένου ότι η συγκεκριμένη εταιρία έως και την με αρ. πρωτ. 4805/28.07.2006 απαντητική επιστολή της (ερωτ. 5) δεν είχε επαναφέρει τις αισθητικές συμβούλους. Το ίδιο συμπέρασμα προκύπτει και από την από 17.07.2006 εξώδικη δήλωσή της προς τη NOTOS[870], όπου σε αυτήν η ΠΝΓ μεταξύ άλλων ανέφερε και τα εξής: «Επιπλέον δε, αδυνατούμε να κατανοήσουμε και διαμαρτυρόμεθα εντόνως προς τούτο, το λόγο για τον οποίο, δια της ως άνω νέας Εξωδίκου Προσκλήσεως - Δηλώσεώς σας, μας καλείτε ουσιαστικά (εντός μάλιστα μόλις δύο ημερών) να συζητήσουμε και να διαπραγματευθούμε τη λήψη εμπορικών αποφάσεων σχετικά με την προώθηση προϊόντων διανομής μας και τη χορήγηση ποσοστών εκπτώσεων, ζητήματα τα οποία - όπως πολύ καλά γνωρίζετε και σύμφωνα με την από 30 Ιανουαρίου 2006 Εξώδικη Απάντηση, Διαμαρτυρία και Δήλωσή μας - κατά συνήθη εμπορική πρακτική αποτελούν θέματα ειδικής συμφωνίας και διαπραγμάτευσης. Πολλώ δε μάλλον ενόσω καθ’ όλη αυτή την περίοδο, κατά την οποία η εμπορική μας συνεργασία συνεχίζεται, είχατε κάθε άνεση χρόνου να πράξετε τούτο». Είναι σαφές ότι η ΠΝΓ με τη διατύπωση «να συζητήσουμε και να διαπραγματευθούμε τη λήψη εμπορικών αποφάσεων σχετικά με την προώθηση προϊόντων διανομής μας» αναφέρεται στο θέμα της απόσυρσης των αισθητικών συμβούλων.

457) Από τα ανωτέρω, επιβεβαιώνεται ότι οι επίμαχες πρακτικές των έξι (κατά τη μειοψηφούσα γνώμη πέντε) εμπλεκομένων μερών συνιστούν σειρά ενεργειών, οι οποίες εντάσσονται σε «συνολικό σχέδιο», λόγω του κοινού τους σκοπού, ήτοι της νόθευσης του ανταγωνισμού εντός της ελληνικής επικράτειας και, κατ’ επέκταση, της κοινής αγοράς. Τα συλλεχθέντα στοιχεία, τα οποία καταδεικνύουν την πρόθεση των εμπλεκομένων μερών να διατηρήσουν σταθερά και σε σημαντικό χρονικό ορίζοντα ένα ενιαίο επίπεδο εκπτώσεων, σταθερά μερίδια

[863] Βλ. παρ. 325 της υπ’ αρ. 3808/01.06.2006 Εισήγησης.

[864] Με αριθμ. πρωτ. 4289/17.7.2006.

[865] Βλ. παρ. 299γ) της υπ’ αρ. 3808/01.06.2006 Εισήγησης.

[866] Βλ. το από 14.7.2003 υπόμνημα της NOTOS COM, σελ. 9.

[867] Βλ. υπ’ αριθμ. Ε77/3.4.2009 επιστολή της.

[868] Βλ. παρ. 306 της υπ’ αρ. 3808/01.06.2006 Εισήγησης.

[869] Για αυτό το λόγο, όπως αναφέρει δεν υπάρχουν αισθητικοί και σε ορισμένα καταστήματα Beauty Shop και Galerie de Beaute στην Αθήνα.

[870] Με αρ. πρωτ. 4582/20.07.2006. Βλ. παρ. 314 της υπ’ αρ. πρωτ.3808/01.06.2006 Εισήγησης.

αγοράς, με απώτερο στόχο τη διατήρηση των τιμών σε υψηλά επίπεδα, όπως αλληλογραφία, εξώδικες διαμαρτυρίες, κ.ο.κ., λαμβάνονται υπόψη ως άμεσα αποδεικτικά στοιχεία κατά την ερμηνεία των εμπορικών πρακτικών των ερευνώμενων επιχειρήσεων, ώστε να διαγνωσθεί αν σχεδιάσθηκαν και υλοποιήθηκαν ως εκφάνσεις μιας ενιαίας στρατηγικής. Τέτοιου είδους στοιχεία συνέδραμαν στην κατανόηση της υπό εξέταση πρακτικής και στην πρόβλεψη των συνεπειών της στο επίπεδο ανταγωνισμού της υπό εξέταση αγοράς.

458) Κατά συνέπεια, η διάρκεια της παράβασης εκτείνεται, με βάση τα διαθέσιμα στοιχεία, σε ένα εύρος από 1 χρόνο και 2 μήνες (τουλάχιστον) μέχρι 1 χρόνο και 9 μήνες (το μέγιστο), ήτοι από 01.01.2005 έως και 30.09.2006, και ειδικότερα: για την ESTEE LAUDER, σε 1 χρόνο και 9 μήνες (01.01.2005 έως και 30.09.2006) για την ΣΑΡΑΝΤΗΣ, σε 1 χρόνο και 7 μήνες (01.01.2005 έως και 31.07.2006) για την L’OREAL, σε 1 χρόνο και 8 μήνες (01.01.2005 έως και το 31.08.2006) για την CHRISTIAN DIOR, σε 1 χρόνο και 8 μήνες (01.01.2005 έως και το 31.08.2006) για την NOTOS COM, σε 1 χρόνο και 2 μήνες (01.01.2005 έως και 24.02.2006) για την ΠΝΓ, σε 1 χρόνο και 7 μήνες (01.01.2005 έως και 31.07.2006).

459) Ένα όμως μέλος της Επιτροπής, ο Παναγιώτης Φώτης, είχε την άποψη ότι η NOTOS όχι μόνο συμμετείχε εξ αρχής, αλλά και εξακολούθησε να συμμετέχει στην παράβαση και μετά την καταγγελία της. Ειδικότερα, κατά το μειοψηφόν μέλος της Επιτροπής μια επιτυχημένη καρτελική σύμπραξη απαιτεί, μεταξύ πολλών, και την επιβολή αντιποίνων στην περίπτωση που κάποιο μέλος αυτής αποκλίνει από τα συμφωνηθέντα μεταξύ των μελών της[871]. Μία καρτελική σύμπραξη δυναμικού χαρακτήρα, όπως αυτή των 6 εταιριών χονδρικής, δύναται να έχει διάρκεια, ήτοι να είναι αποτελεσματική, όταν τα μέλη αυτής αξιολογούν σε μεγαλύτερο βαθμό τα δυναμικά οφέλη που απορρέουν από την συνεργασιακή συμπεριφορά απ’ ότι τα βραχυπρόθεσμα κέρδη που θα αποκομμίσει κάποιο μέλος αυτής αν δεν τηρήσει τα συμφωνηθέντα[872]. Στη προκειμένη περίπτωση η NOTOS συμμετείχε στο καρτέλ των 6 εταιριών της χονδρικής, όπως σαφέστατα ομολογεί και η εταιρία CHRISTIAN DIOR στην από 6.2.2006 εξώδικη απάντηση-δήλωση διαμαρτυρία πρόσκλησή της κατά της NOTOS, όπου η CHRISTIAN DIOR αναφέρει ότι «αιφνιδιαστικά και χωρίς καμία προειδοποίηση ή ενημέρωση εκ μέρους σας, διαπιστώσαμε ότι πωλούσατε τα προϊόντα σας σε ποσοστό έκπτωσης που υπερέβαινε τα σημφωνηθέντα με την εταιρία μας αλλά και τις λοιπές εταιρίες, κατά των οποίων αναφέρεστε στα εξώδικά σας[873]».Στην ίδια εξώδικη απάντηση-δήλωση διαμαρτυρία πρόσκλησή της κατά της NOTOS η CHRISTIAN DIOR αναφέρει ότι η αποχώρηση των αισθητικών από τα καταστήματα της NOTOS «……έγινε σε ένδειξη διαμαρτυρίας κατά της αιφνιδιαστικής αλλαγής της πολιτικής των εκπτώσεων που ίσχυε αδιακρίτως όλα τα χρόνια της συνεργασίας μας …….»[874]. Από τα προαναφερθέντα στην εξώδικη απάντηση της CHRISTIAN DIOR αλλά και των λοιπών μελών της καρτελικής σύμπραξης προκύπτει ότι τα υπόλοιπα πέντε μέλη του καρτέλ προέβησαν σε μια σειρά αντιποίνων[875] με σκοπό να οδηγήσουν σε υπαναχώρηση της NOTOS στα συμφωνηθέντα μεταξύ τους. Η προσπάθεια αυτή στέφθηκε με επιτυχία καθώς η NOTOS υπαναχώρησε και επανήλθε στα συμφωνηθέντα της καρτελικής σύμπραξης (έκπτωση 50%)[876]. Η υπαναχώρηση αυτή από πλευράς της NOTOS δείχνει ότι η εταιρία αξιολόγησε ότι τα δυναμικά οφέλη από την συμμετοχή της στην καρτελική σύμπραξη ήταν πολύ μεγαλύτερα από τα βραχυχρόνια οφέλη που θα αποκόμιζε αν συνέχιζε την αυτόνομη εκπτωτική πολιτική της. Μάλιστα, η συντεταγμένη αντίδραση όλων των υπόλοιπων μελών της καρτελικής σύμπραξης, μέσω της ανταλλαγής και των εξωδίκων, έπαιξε καταλυτικό ρόλο στην απόφαση υπαναχώρησης της NOTOS από τα συμφωνηθέντα μεταξύ των μελών του καρτέλ. Η NOTOS συνεχίζει να συμμετέχει στην καρτελική σύμπραξη και μετά την καταγγελία της στην Επιτροπή στις 24.2.2016. Αυτό προκύπτει σαφέστατα από την ανταλλαγή των εξωδίκων μεταξύ των μελών της καρτελικής σύμπραξης κατά την περίοδο των καλοκαιρινών εκπτώσεων, ήτοι τον Ιούλιο του 2006. Ειδικότερα, στην από 11.7.2016 εξώδικη πρόσκληση-δήλωση της NOTOS προς τα υπόλοιπα μέλη του καρτέλ και «………προκειμένου να παύσει το φαινόμενο της σε βάρος [της] διακριτικής μεταχείρισης από πλευράς [τους], που ξεκίνησε από την περίοδο των χειμερινών εκπτώσεων και συνεχίζετε μέχρι και σήμερα…….» η εταιρία ζητάει από τα λοιπά μέλη του καρτέλ την επαναφορά των αισθητικών συμβούλων τους στα πολυκαταστήματά της και την παροχή έκπτωσης από τα πολυκαταστήματά της προς τους καταναλωτές στα προϊόντα διανομής τους. Με την από 11.7.2016 εξώδικη πρόσκληση-δήλωση της η NOTOS κατ’ ουσίαν «διαμαρτύρεται» στα λοιπά μέλη της καρτελικής σύμπραξης διότι ενώ έχει επανέλθει στα συμφωνηθέντα αυτής (έκπτωση 50%), τα οποία ίσχυαν αδιακρίτως όλα τα χρόνια της συνεργασίας τους[877], παρόλ’ αυτά τα υπόλοιπα μέλη του καρτέλ συνεχίζουν να την τιμωρούν για την απόκλισή της από αυτά λίγο πριν τις χειμερινές εκπτώσεις του Ιανουαρίου 2006. Κατά το μειοψηφόν μέλος της Επιτροπής, η υπαναχώρηση της εταιρίας NOTOS στα συμφωνηθέντα της καρτελικής σύμπραξης κατόπιν της συντεταγμένης αντίδρασης των υπόλοιπων πέντε μελών αυτής κατά της NOTOS τον Ιανουάριο του 2006 και η διαμαρτυρία της τελευταίας προς τα υπόλοιπα μέλη του καρτέλ τον Ιούλιο του 2006, ότι, δηλαδή, αυτή ουσιαστικά συμμορφώθηκε προς τις υποδείξεις τους (επαναφορά στο 50%), αποτελούν στοιχεία που επαρκούν για την απόδειξη ότι

[871] Βλ. σχετικά την υπ’ αριθμ. 492/VI/2010 απόφαση της Επιτροπής, παρ. 59.

[872] Βλ. μεταξύ άλλων, «The Economics of Tacit Collusion», Marc Ivaldi, Bruno Jullien, Patrick Rey, Paul Seabright, Jean Tirole, IDEI Toulouse, March (2003), Final Report for DG Competition, European Commission.

[873] Ήτοι, τα λοιπά 5 μέλη της καρτελικής σύμπραξης, τα οποία όλα μαζί καταλαμβάνουν το 100% της αγοράς.

[874] Βλ. σχετικώς και υποσημείωση 591 της παρούσας.

[875] Σχετικά με τα αντίποινα βλ. Ενότητα «Λοιπά ευρήματα από τους επιτόπιους ελέγχους – Πιέσεις και αντίποινα » ανωτέρω.

[876] Βλ. σχετικά παρ. 324, 339 και 365 της παρούσας.

[877] Όπως ανέφερε η CHRISTIAN DIOR στην από 6.2.2006 εξώδικη απάντηση-δήλωση διαμαρτυρία πρόσκλησή της κατά της NOTOS.

η NOTOS συνέχισε να είναι μέλος του καρτέλ και μετά την κατάθεση της καταγγελίας της στις 24.2.2016 στην Επιτροπή. Πέραν τούτου, η όλη επικοινωνία της NOTOS με τις υπόλοιπες πέντε εμπλεκόμενες στο καρτέλ επιχειρήσεις, με το συγκεκριμένο περιεχόμενο και ύφος, καθώς και η εξακολούθησή της, όπως αναδείχτηκε ανωτέρω, κατά το διάστημα μετά την καταγγελία αυτής καταδεικνύει πέραν πάσης αμφιβολίας ότι στην πραγματικότητα η καταγγελία της NOTOS περισσότερο προσχηματική ήταν και όχι πάντως δείγμα αποστασιοποίησης αυτής από το καρτέλ. Εκ των ανωτέρω συνάγεται, κατά το μειοψηφόν μέλος της Επιτροπής, ότι η παράβαση της NOTOS εκτείνεται τουλάχιστον έως και την 11.07.2006, δεδομένου ότι, όπως προκύπτει από τα στοιχεία του φακέλου, η εταιρία την εν λόγω ημερομηνία απέστειλε νεότερη εξώδικη πρόσκληση - δήλωση προς τα υπόλοιπα μέλη του καρτέλ. Συγκεκριμένα αυτό προκύπτει από το με αρ. πρωτ. 4215/12.07.2006 έγγραφο της NOTOS.

Θ.9.4. Επιβαρυντικοί παράγοντες και ελαφρυντικές περιστάσεις

Θ.9.4.1 Γενικά

460) Η ΕΑ καθορίζει το βασικό ποσό του προστίμου για κάθε επιχείρηση σε συνάρτηση με τη σοβαρότητα και τη διάρκεια της παράβασης. Εν συνεχεία, εφόσον το κρίνει σκόπιμο, προσαυξάνει ή μειώνει το βασικό ποσό, ανάλογα με το εάν συντρέχουν αντίστοιχα επιβαρυντικές ή ελαφρυντικές περιστάσεις[878]. Ως επιβαρυντική περίσταση για τον υπολογισμού του προστίμου λαμβάνεται υπόψη το εάν η επιχείρηση έχει διαπράξει στο παρελθόν διαπιστωμένη παράβαση του δικαίου του ανταγωνισμού[879]. Εν προκειμένω, διαπιστώνεται ότι τα εμπλεκόμενα μέρη δεν έχουν καταδικαστεί στο παρελθόν για παράβαση του δικαίου του ανταγωνισμού.

461) Λαμβάνεται επίσης υπόψη από την ΕΑ η αποτελεσματική συνεργασία των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων με την ΕΑ, στην οποία και προσκόμισαν εγκαίρως όλα τα σχετικά στοιχεία που τους ζητήθηκαν για την ολοκλήρωση της έρευνας [880].

Θ.9.4.2 Εφαρμογή ανωτάτου ορίου 10% - κατ' εξαίρεση αναπροσαρμογή του προστίμου

462) Ανεξαρτήτως των προαναφερόμενων υπολογισμών σύμφωνα με τα - κατά την αρχή της αυτοδέσμευσης της διοίκησης - τιθέμενα κριτήρια άσκησης της διακριτικής της ευχέρειας, το τελικώς επιβαλλόμενο πρόστιμο δεν μπορεί να υπερβεί, σε κάθε περίπτωση, ποσοστό δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της επιχείρησης της χρήσης κατά την οποία έπαυσε η παράβαση. Αντίστοιχη διάταξη υφίσταται και στο ενωσιακό δίκαιο. Όπως έχει κριθεί, πρόκειται για ένα όριο το οποίο εφαρμόζεται ομοιόμορφα σε όλες τις επιχειρήσεις και καθορίζεται με βάση το μέγεθος εκάστης αυτών, και το οποίο αποσκοπεί το να αποφευχθούν πρόστιμα υπερβολικού και δυσανάλογου ύψους. Το ανώτατο αυτό όριο έχει, συνεπώς, διακριτό και αυτοτελή σκοπό σε σχέση με τον σκοπό των κριτηρίων της σοβαρότητας και της διάρκειας της παραβάσεως για τον υπολογισμό του προστίμου σύμφωνα με τις κατευθυντήριες γραμμές. Έχει ως μοναδική συνέπεια ότι το τυχόν ύψος του προστίμου που υπολογίζεται με βάση τα κριτήρια της σοβαρότητας και της διάρκειας μίας παράβασης μειώνεται μέχρι ένα ανώτατο επιτρεπόμενο όριο. Με άλλα λόγια, η εφαρμογή του συνεπάγεται ότι η επιχείρηση δεν καταβάλλει το πρόστιμο, το οποίο, κατ' αρχήν, θα οφειλόταν με βάση τα εν λόγω κριτήρια[881]. Επομένως, κατά πάγια πρακτική και νομολογία, εφόσον το υπολογισθέν, με βάση τις κατευθυντήριες γραμμές, πρόστιμο ανά επιχείρηση υπερβαίνει το ανώτατο κατά νόμο όριο του δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών της τελευταίας χρήσης, θα πρέπει να περιορίζεται στο ποσό αυτό. Περαιτέρω, στην περίπτωση ενιαίας παράβασης των άρθρων 1 του ν. 703/1977 και 81 ΣυνθΕΚ (ήδη 101 ΣΛΕΕ), το ανώτατο όριο του προστίμου υπολογίζεται επί της ενιαίας παράβασης (και όχι σε τυχόν μεμονωμένες συμφωνίες ή μεμονωμένες πρακτικές που ενδέχεται να συνιστούν και αυτοτελώς παραβάσεις των ίδιων διατάξεων)[882].

463) Εν προκειμένω, λόγω κυρίως της αυξημένης σοβαρότητας αλλά και της μη πρόσκαιρης διάρκειας της διαπιστωθείσας ενιαίας παράβασης (σαφώς μεγαλύτερης του ενός έτους) και της συμμετοχής κάθε επιχείρησης σε αυτήν, το ως άνω υπολογισθέν πρόστιμο για τις τρεις από τις συμπράττουσες επιχειρήσεις, ήτοι ESTEE LAUDER, L' OREAL και CHRISTIAN DIOR, και το συνολικό πρόστιμο ύστερα από αναπροσαρμογές για επιβαρυντικές και ελαφρυντικές περιστάσεις, υπερβαίνει εκ των πραγμάτων το ανώτατο κατά νόμο όριο του δέκα τοις εκατό (10%) του συνολικού κύκλου εργασιών των εν λόγω τριών εταιριών για την τελευταία σχετική χρήση (2006). Κατά συνέπεια, το εκάστοτε πρόστιμο ειδικά για τις εταιρίες ESTEE LAUDER, L' OREAL και CHRISTIAN DIOR θα πρέπει να περιοριστεί στο ποσό αυτό.

464) Επομένως, μετά την αναπροσαρμογή με βάση το ανώτατο κατά το νόμο όριο προστίμου (10%), τα πρόστιμα για τη διαπιστωθείσα παράβαση των άρθρων 1 του ν. 703/77 και 81 ΣυνθΕΚ (ήδη 101 ΣΛΕΕ) θα διαμορφωθούν ανά εμπλεκόμενη επιχείρηση, αφού ληφθεί υπόψη και η σημερινή οικονομική πραγματικότητα.

465) Ειδικότερα, αναφορικά με την επιβολή των προστίμων εν προκειμένω δέον να ληφθεί υπόψη η σκληρή οικονομική πραγματικότητα ιδίως σε επίπεδο γενικότερης κατάστασης κρίσης όσο και σε επίπεδο δυνατότητας πληρωμής ατομικά για κάθε εμπλεκόμενη επιχείρηση ενός τυχόν επαχθούς προστίμου της Επιτροπής Ανταγωνισμού. Πράγματι, συντρέχουν εν προκειμένω - κατά την ομόφωνη κρίση της Επιτροπής - ιδιαίτερες περιστάσεις που θα δικαιολογούσαν, κατ' εξαίρεση, την αναπρο-

[878] Ανακοίνωση της ΕΑ της 12.05.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων, παρ. 5-6.

[879] Ο.π., παρ. 14.

[880] Ανακοίνωση της ΕΑ της 12.05.2006 αναφορικά με τις κατευθυντήριες γραμμές για τον υπολογισμό προστίμων, παρ. 15.

[881] Βλ. απόφαση ΔΕΚ C-189/02P, C-202/02P, C-205/02P έως C-208/02P και C-213/02P Dansk Rerindustri κλπ. κατά Επιτροπής, παρ. 281-283. Βλ. επίσης απόφαση ΠΕΚ Τ-71/03 Tokai Carbon κατά Επιτροπής, παρ. 389.

[882] Βλ. ενδεικτικά αποφάσεις ΠΕΚ Τ-25/05 ΚΜΕ κατά Επιτροπής, παρ. 172, ΠΕΚ Τ-68/04 SGL Carbon AG κατά Επιτροπής, παρ. 126-134, καθώς και ΠΕΚ Τ-71/03 Tokai Carbon κατά Επιτροπής, παρ. 117-118 & 377.

σαρμογή του επιβαλλόμενου προστίμου επί το ηπιότερον[883], με παράλληλη ωστόσο διασφάλιση του αναγκαίου αποτρεπτικού χαρακτήρα του. Ειδικότερα, η Επιτροπή Ανταγωνισμού, λαμβάνοντας υπόψη, κατ’ εξαίρεση, την παρατεταμένη οικονομική κρίση που έπληξε, μεταξύ άλλων, και τον σχετικό οικονομικό κλάδο[884], τη σχετική (έστω και προσωρινή) επιδείνωση των χρηματοοικονομικών αποτελεσμάτων του εν λόγω κλάδου και την πιθανολογούμενη λόγω της οικονομικής κρίσης δυσκολία χρηματοδότησης των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων από τον τραπεζικό τομέα τα τελευταία χρόνια, καθώς και τη σημασία των επιχειρήσεων αυτών για την απασχόληση στις αγορές στις οποίες δραστηριοποιούνται, κρίνει ότι μπορεί να χορηγηθεί μείωση του τελικώς επιμετρηθέντος ποσού του προστίμου κατά […]% για κάθε εμπλεκόμενη επιχείρηση. Αντίστοιχη πρακτική αναφορικά με την κατ’ εξαίρεση αναπροσαρμογή του προστίμου επί το ηπιότερον υιοθέτησε η Επιτροπή και με την υπ’ αριθμ. 563/VII/2013 απόφασή της στο κλάδο της πτηνοτροφίας[885]. Συνεπώς, μετά και την κατ’ εξαίρεση αναπροσαρμογή του προστίμου επί το ηπιότερον κατά τα ανωτέρω, το τελικό ύψος του προστίμου, διαμορφώνεται για κάθε επιχείρηση ως εξής:

(σε ευρώ)

ΕΤΑΙΡΙΕΣ	Αξία πωλήσεων στη σχετική αγορά ανά έτος για τον υπολογισμό του προστίμου	Βασικό πρόστιμο ([…] επί του κ.ε. της σχετικής αγοράς)	Τελικό ποσό προστίμου (βασικό πρόστιμο μείον […]%)
		Πρόστιμο ([…]% x κ.ε. σχετ. αγ.)	Ελαφρυντικά - […]%
NOTOS COM	[…]	[…]	5.116.575,52
ΟΜΙΛΟΣ ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ	[…]	[…]	2.999.878,70
ΓΡ. ΣΑΡΑΝΤΗΣ ΑΒΕΕ	[…]	[…]	1.939.849,41
ΕΤΑΙΡΙΕΣ	Συνολικός κύκλος εργασιών τελευταίας χρήσης παύσης της παράβασης (2006)	Ανώτατο όριο 10% (επί του συν. κ.ε. έτους 2006)	Τελικό ποσό προστίμου (ανώτατο όριο 10% μείον […]%)
		Πρόστιμο (10% x συν. κ.ε.)	Ελαφρυντικά - […]%
ESTEE LAUDER HELLAS A.E.	[…]	[…]	5.388.425,35
L’OREAL HELLAS A.E.	[…]	[…]	2.624.145,30
PCD HELLAS	[…]	[…]	1.793.374,98

466) Η κατ’ απόκλιση από τα τεθέντα κριτήρια αναπροσαρμογή αυτή του επιβαλλόμενου προστίμου επί το ηπιότερον είναι μεν ουσιαστική, χωρίς, ωστόσο, να θίγεται ο αναγκαίος αποτρεπτικός χαρακτήρας του επιβαλλόμενου προστίμου[886], το τελικό ύψος του οποίου διαμορφώνεται - παρά την εν λόγω μείωση εξαιρετικού χαρακτήρα - σε επίπεδα που, με βάση και την αρχή της αναλογικότητας, συνάδουν τόσο με τη σοβαρότητα όσο και με τη διάρκεια της διαπιστωθείσας παράβασης, λαμβανομένης υπόψη της κείμενης πρακτικής και νομολογίας σε εθνικό και ενωσιακό επίπεδο.

467) Ειδικά για τη NOTOS COM θα πρέπει να ληφθεί επίσης υπόψη και το γεγονός ότι η συγκεκριμένη επιχείρηση, αν και η ίδια συμμετέχουσα στην καρτελική οριζόντια σύμπραξη, είχε παρόλα αυτά τη βούληση στις 24.02.2006 να την καταγγείλει, πράγμα το οποίο κι έπραξε[887], οδηγώντας τελικά με τον τρόπο αυτό στη σύνταξη της με αρ. πρωτ. 3808/01.06.2016 εισήγησης, κατόπιν της αυτεπάγγελτης έρευνας της ΓΔΑ. Το παρεμφερές προηγούμενο που έχει ήδη δημιουργηθεί με βάση την πρακτική της ΕΑ[888] συνηγορεί προς επίρρωση της ορθότητας της συγκεκριμένης σκέψης, σε ό,τι αφορά ειδικά τη μεταχείριση της NOTOS COM. Για το λόγο τούτο, κρίθηκε εύλογο ειδικά η NOTOS

[883] Υπενθυμίζεται ότι, προκειμένου περί επιβολής προστίμων, είναι επιτρεπτή η επιμέτρηση αυτών κατ’ απόκλιση από τα σχετικώς τεθέντα από την Επιτροπή Ανταγωνισμού κατ’ αυτοδέσμευσή της κριτήρια, επί το αυστηρότερον ή το ηπιότερον, όταν, εν όψει των συντρεχουσών περιστάσεων, υπάρχουν προς τούτο ειδικοί λόγοι, εκτιθέμενοι και αξιολογούμενοι με την παράθεση ειδικής αιτιολογίας, που δικαιολογούν αυτή την απόκλιση. Και τούτο, υπό την προϋπόθεση ότι διασφαλίζεται επαρκώς το αποτρεπτικό αποτέλεσμα των επιβαλλόμενων προστίμων στην εκάστοτε κρινόμενη υπόθεση.

[884] Πρβλ. και την υπ’ αρ. 636/2017 απόφαση ΕΑ.

[885] Σύμφωνα με το σκεπτικό της υπ’ αρ. 563/VII/2013 απόφασης της Επιτροπής Ανταγωνισμού, «στην υπό κρίση υπόθεση, η Επιτροπή Ανταγωνισμού συνεκτίμησε, κατ’ εξαίρεση, τόσο την παρατεταμένη οικονομική κρίση που έπληξε, μεταξύ άλλων, και τον κλάδο της πτηνοτροφίας, όσο και τη σχετική (έστω και προσωρινή) επιδείνωση των χρηματοοικονομικών αποτελεσμάτων του εν λόγω κλάδου και την απορρέουσα δυσκολία χρηματοδότησης των εμπλεκόμενων επιχειρήσεων από τον τραπεζικό τομέα».

[886] Βλ. ΣτΕ 3160/2014.

[887] Μολονότι δεν υπέβαλε αίτηση για ένταξή της στο πρόγραμμα επιείκειας.

[888] Απόφαση ΕΑ 492/VI/2010, σκ. 165.

να επωφεληθεί, αυτή μόνο από τις έξι εμπλεκόμενες εταιρίες, μιας επιπλέον μείωσης του προστίμου της τάξης του […]%. Κατά την άποψη της μειοψηφίας δύο μελών της Επιτροπής, των Δανηλάτου και Μερτικοπούλου, η συμμετοχή στην παράβαση της εταιρίας NOTOS COM δεν αποδεικνύεται επαρκώς, κατά νόμο, και, για το λόγο αυτό, δεν θα πρέπει να της επιβληθεί οποιαδήποτε κύρωση στην υπό κρίση υπόθεση. Υπό αυτό το πρίσμα, το πρόστιμο σε βάρος της NOTOS τελικώς διαμορφώνεται κατά πλειοψηφία ως εξής:

	Πρόστιμο ([…]% * κ.ε. σχετ. αγ.)	Ελαφρυντικά - […]%	NOTOS επιπλ. - […]%
NOTOS COM	[…]	5.116.575,52	4.093.260,42

468) Επίσης, η παρέλευση μεγάλου χρονικού διαστήματος από την τέλεση των διαπιστωμένων παραβάσεων αποτελεί στοιχείο που έλαβε υπόψη της η ΕΑ κατά την επιμέτρηση του ύψους των προστίμων στις 6 - πέντε κατά τη μειοψηφούσα γνώμη - εμπλεκόμενες εταιρίες. Με βάση αυτό το δεδομένο, το ποσοστό επί του κύκλου εργασιών της σχετικής αγοράς που κατά κανόνα ανέρχεται σε ανάλογες περιπτώσεις σε ποσοστό […]% ή και περισσότερο, στην παρούσα υπόθεση μειώθηκε, καθώς διαμορφώθηκε τελικά σε ποσοστό […]. Ωστόσο, ένα μέλος της ΕΑ, ο Δ. Δανηλάτος, είχε την άποψη ότι το ποσοστό επί του κύκλου εργασιών της σχετικής αγοράς στην παρούσα υπόθεση θα έπρεπε να μειωθεί σε ποσοστό […].

ΓΙΑ ΤΟΥΣ ΛΟΓΟΥΣ ΑΥΤΟΥΣ

Η Επιτροπή Ανταγωνισμού σε Ολομέλεια αποφάσισε κατά πλειοψηφία ως προς τον αριθμό των εμπλεκομένων εταιριών και σε φανερή ψηφοφορία τα ακόλουθα:

Ι. Διαπιστώνει ότι οι εταιρίες ESTEE LAUDER HELLAS Α.Ε., ΓΡ.ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ, L’OREAL PRODUITS DE LUXE HELLAS Α.Ε., PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS Α.Ε.Β.Ε., NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε., ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS Α.Ε., παραβίασαν, σύμφωνα με τα εκτεθέντα στο ως άνω σκεπτικό, το άρθρο 1 ν. 703/1977, όπως ίσχυε, και το άρθρο 81 ΣυνθΕΚ (νυν 101 ΣΛΕΕ), με τη συμμετοχή τους σε απαγορευμένη οριζόντια σύμπραξη περί καθορισμού εκπτώσεων με αποτέλεσμα τον έμμεσο καθορισμό εύρους τιμών λιανικής, κατά την έννοια των εν λόγω διατάξεων, τουλάχιστον από τον Ιανουάριο 2005 έως και το Σεπτέμβριο 2006, και ειδικότερα ως ακολούθως:

1) Η ESTEE LAUDER HELLAS Α.Ε. κατ’ ελάχιστον για 1 χρόνο και 9 μήνες (ήτοι από 01.01.2005 έως και 30.09.2006)

2) Η ΓΡ.ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ, κατ’ ελάχιστον για 1 χρόνο και 7 μήνες (ήτοι από 01.01.2005 έως και το 31.07.2006)

3) Η L’OREAL PRODUITS DE LUXE HELLAS Α.Ε., κατ’ ελάχιστον για 1 χρόνο και 8 μήνες (ήτοι από 01.01.2005 έως και 31.08.2006),

4) Η PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS Α.Ε.Β.Ε., κατ’ ελάχιστον για 1 χρόνο και 8 μήνες (ήτοι από 01.01.2005 έως και 31.08.2006),

5) Η NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε. κατ’ ελάχιστον για 1 χρόνο και 2 μήνες (ήτοι από 01.01.2005 έως και 24.02.2006),

6) Η ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS Α.Ε. κατ’ ελάχιστον για 1 χρόνο και 7 μήνες (ήτοι από 01.01.2005 έως και 31.07.2006).

ΙΙ. Υποχρεώνει τις προαναφερόμενες εταιρίες να παύσουν τη διαπιστωθείσα στο ως άνω σκεπτικό παράβαση του άρθρου 1 ν. 703/1977, όπως ίσχυε, και του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ (ήδη 101 ΣΛΕΕ), καθώς και να παραλείπουν αυτή στο μέλλον.

ΙΙΙ. Απειλεί έκαστη από τις ως άνω έξι εμπλεκόμενες εταιρίες με χρηματική ποινή ποσού δέκα χιλιάδων (10.000) ΕΥΡΩ για κάθε ημέρα καθυστέρησης συμμόρφωσης προς την απόφαση, από την ημέρα της δημοσίευσής της.

IV. Επιβάλλει πρόστιμα στις προαναφερόμενες εταιρίες για τη συμμετοχή τους στη διαπιστωθείσα στο ως άνω σκεπτικό παράβαση του άρθρου 1 ν. 703/1977, όπως ίσχυε, και του άρθρου 81 ΣυνθΕΚ (ήδη 101 ΣΛΕΕ), ως ακολούθως:

1) ESTEE LAUDER HELLAS Α.Ε.: πρόστιμο πέντε εκατομμυρίων τριακοσίων ογδονταοκτώ χιλιάδων τετρακοσίων είκοσι πέντε ευρώ και τριανταπέντε λεπτών (5.388.425,35 ευρώ)

2) ΓΡ.ΣΑΡΑΝΤΗΣ Α.Β.Ε.Ε. ΚΑΛΛΥΝΤΙΚΩΝ, ΕΝΔΥΜΑΤΩΝ, ΟΙΚΙΑΚΩΝ ΚΑΙ ΦΑΡΜΑΚΕΥΤΙΚΩΝ ΕΙΔΩΝ: πρόστιμο ενός εκατομμυρίου εννιακοσίων τριανταεννέα χιλιάδων οκτακοσίων σαρανταεννέα ευρώ και σαρανταενός λεπτών (1.939.849,41 ευρώ)

3) L’OREAL PRODUITS DE LUXE HELLAS Α.Ε.: πρόστιμο δύο εκατομμυρίων εξακοσίων εικοσιτεσσάρων χιλιάδων εκατόν σαρανταπέντε ευρώ και 30 λεπτών (2.624.145,30 ευρώ)

4) PARFUMS CHRISTIAN DIOR HELLAS Α.Ε.Β.Ε.: πρόστιμο ενός εκατομμυρίου επτακοσίων εννενήντα τριών χιλιάδων τριακοσίων εβδομηντατεσσάρων ευρώ και εννενήντα οκτώ λεπτών (1.793.374,98 ευρώ)

5) NOTOS COM ΣΥΜΜΕΤΟΧΕΣ Α.Ε.Β.Ε.: πρόστιμο τεσσάρων εκατομμυρίων εννενήντατριών χιλιάδων διακοσίων εξήντα ευρώ και σαρανταδύο λεπτών (4.093.260,42 ευρώ)

6) ΓΕΡΟΛΥΜΑΤΟΣ COSMETICS Α.Ε.: πρόστιμο δύο εκατομμυρίων εννιακοσίων ενενήντα εννέα χιλιάδων οκτακοσίων εβδομήντα οκτώ ευρώ και εβδομήντα λεπτών (2.999.878,70 ευρώ).

Η απόφαση εκδόθηκε την 6η Απριλίου 2017.

Η απόφαση αυτή να δημοσιευθεί στην Εφημερίδα της Κυβερνήσεως.

Ο Πρόεδρος

ΔΗΜΗΤΡΙΟΣ ΚΥΡΙΤΣΑΚΗΣ

ΕΘΝΙΚΟ ΤΥΠΟΓΡΑΦΕΙΟ
Καποδιστρίου 34, Τ.Κ. 104 32, Αθήνα
Τηλ. Κέντρο 210 5279000
Κείμενα προς δημοσίευση: webmaster.et@et.gr
02036711910170128